



SHORINJI KEMPO
少林寺拳法

SHORINJI KEMPO VALUE-LEVEL-UP GUIDE

Édition WSKO

2017

Publié par la Fondation SHORINJI KEMPO UNITY

GUIDE SHORINJI KEMPO VALUE-LEVEL-UP

Conditions d'utilisation

I. Conditions d'utilisation du GUIDE SHORINJI KEMPO VALUE-LEVEL-UP (ci-dessous le « Guide »)

La propriété intellectuelle du Shorinji Kempo

Les enseignements, techniques, méthodes de transmission du Shorinji Kempo sont le fruit d'un travail créatif et à ce titre sont une propriété intellectuelle indépendante et spécifique. Le nom de Shorinji Kempo, son emblème (ci-dessous « l'emblème ») ainsi que son logo sont une propriété intellectuelle en tant que moyens utilisés dans le cadre de l'activité pour distinguer les biens et les services offerts. Par conséquent il est impossible de faire l'enseignement du Shorinji Kempo ou l'usage de ces marques sans autorisation.

Ce guide est réservé à l'usage des instructeurs de Shorinji Kempo.

La lecture de ce guide implique l'acceptation de toutes les conditions d'utilisation indiquées ci-dessous.

1 La totalité des droits relatifs à la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo revient à la Fondation SHORINJI KEMPO UNITY (ci-dessous « UNITY ») et cette propriété intellectuelle ne peut être utilisée sans autorisation.

2 Le directeur d'une section ou les cadres de section nommés par le directeur peuvent consulter ce guide ou l'imprimer pour en faciliter la consultation journalière, mais en aucun cas ne peuvent en distribuer ou en prêter le contenu.

3 L'emblème et le logo imprimés dans ce guide ne peuvent en aucun cas être reproduits pour utilisation. L'utilisation de l'emblème ou du logo implique l'utilisation du motif de base présenté dans « Règles relatives à l'utilisation de l'emblème et du logo » (page 32) ou l'utilisation de données fournies par UNITY.

II. Conditions d'utilisation de l'emblème et du logo (ci-dessous les « Données »)

1 La totalité des droits y compris les droits de marque relatifs aux Données revenant à UNITY, il est important d'accorder la plus grande attention à l'utilisation des Données.

2 L'utilisation des Données non soumise à demande d'autorisation pour utilisation de marque se limite aux activités non commerciales suivantes liées au Shorinji Kempo : en-tête de lettre, enveloppe, carte de visite, formulaires, posters pour communication, événements ou publicité, panneaux, brochures, tracts.

La fabrication à but commercial des articles mentionnés ci-dessus ou de souvenirs, est soumise à demande d'autorisation pour utilisation de marque auprès de UNITY.

Les procédures diverses sont indiquées dans ce Guide et sont à respecter scrupuleusement.

3. L'autorisation d'utilisation de la marque ne vaut pas droit de transmission de cette autorisation à une tierce partie.

4. La reproduction des Données au-delà du cadre défini ci-dessus en « 2. » est interdite. La transmission et la modification des Données, le transfert et le prêt du médium où sont enregistrées les Données sont interdits.

5. Le responsable de la gestion des Données est le directeur de l'association ou du groupe membre du Groupe Shorinji Kempo dont le droit d'usage est accordé par UNITY, qui a obtenu par délégation l'autorisation d'utiliser les Données. Les cadres de section nommés par le directeur peuvent utiliser les Données en suivant les directives du directeur et avec son autorisation. Cependant, le directeur doit prendre toutes les mesures possibles pour qu'une personne ne respectant pas les conditions d'utilisation n'ait pas accès au Guide et ne puisse pas utiliser les Données.

6. Si une utilisation non autorisée des Données ou une utilisation sortant des cadres prévus ou encore si une atteinte à la propriété intellectuelle a été découverte, le directeur doit dans les plus brefs délais en informer le responsable de la communication et de la propriété intellectuelle de la fédération à laquelle il appartient ou le secrétariat du WSKO.

7. Dans le cas d'une infraction aux articles du présent engagement ou du Guide lui-même, ou dans le cas où pour une autre raison UNITY en fait la demande, vous devez dans les plus brefs délais respecter les instructions données par celle dernière.

8. Les dommages aux Données engendrés par un acte délibéré ou faute peuvent être l'objet de poursuites pour réparation.

9. L'utilisation des Données sur lesquelles est inscrite la marque ® sur des articles disposant d'une autre marque peut être en infraction au droit. Les Données ne peuvent en aucun cas être utilisées sans rapport avec le Shorinji Kempo.

※ L'utilisation de Wa-Tsu ne requiert pas l'autorisation d'UNITY.

Le premier septembre 2016
Fondation SHORINJI KEMPO UNITY

◆ Introduction



糸 由貴

● Qu'est-ce que le Shorinji Kempo ?

Le Shorinji Kempo a été fondé au Japon en 1947 par le premier Shike de Shorinji Kempo, Sō Dōshin (ci-dessous « Kaisō ») dans l'objectif de créer un enseignement, des techniques et un système éducatif unifiés qui servent à former des individus utiles à la société.

L'enseignement explique qu'en cultivant le corps et l'esprit, les pratiquants s'aident entre eux et parviennent à vivre heureux. En ressentant sa propre progression, les techniques sont appréciées avec un partenaire qui progresse également. Cet enseignement et ces techniques sont combinés en un système éducatif unifié qui cultive la force humaine en synergie sans jamais séparer l'enseignement et la technique.

L'être humain dissimule en lui un potentiel de croissance qu'il possède dès la naissance. Le Shorinji Kempo forme des personnes qui croient en ce potentiel et cherchent à s'améliorer pour créer une société spirituellement et matériellement satisfaisante où les individus collaborent entre eux.

● Quelle était l'ambition de Kaisō ?

La fondation du Shorinji Kempo a pour origine le vœu de Kaisō de créer des individus pour une société pacifique et riche. Kaisō a fait l'expérience de la période de la guerre et des années qui l'ont précédée puis suivie. C'est là qu'il a réalisé que l'éducation était la base de la réalisation d'une société pacifique et riche aussi bien matériellement que spirituellement et qu'il a fondé le Shorinji Kempo en tant que système de formation originale sur la base de la pratique des arts martiaux.

● Quel est notre rôle en tant qu'instructeurs ?

Le Shorinji Kempo est l'héritage de Kaisō, c'est une culture éducative qui a comme potentiel la contribution au développement d'une société pacifique et riche pour toute l'humanité.

Les instructeurs héritent de cette ambition de Kaisō et sont convaincus que s'il est correctement transmis et développé, cet héritage pourra effectivement contribuer au bien de la société et de l'humanité, ils deviennent les transmetteurs de ses valeurs.

Notre rôle aujourd'hui est de faire connaître le Shorinji Kempo. Non pas d'en faire une mode qui attirerait temporairement un grand nombre de pratiquants, mais de veiller à protéger la pratique d'un affaiblissement de ses valeurs par des pratiques divergentes, des imitations ou même la persécution de ses pratiquants, tout en gardant à l'esprit la transmission de cette activité pour la prospérité de l'humanité.

À nous de protéger et d'accroître les valeurs de cette culture attractive, originale et unique qu'est le Shorinji Kempo, de protéger et d'accroître la confiance qu'elle inspire, à nous, tous ensemble de contribuer à sa transmission vers l'avenir dans le cadre des activités de VALUE-LEVEL-UP.

Yuuki So

Second Shike du Shorinji Kempo

Présidente du conseil d'administration de la Fondation SHORINJI KEMPO UNITY

Présidente de la Fédération mondiale de Shorinji Kempo

Table des matières

Conditions d'utilisation du GUIDE SHORINJI KEMPO VALUE-LEVEL-UP	2
◆ Introduction	3
1re Partie. Signification de VALUE-LEVEL-UP	7
Le Shorinji Kempo est notre bien à tous	
1. L'ambition de Kaisō	
2. L'essence du Shorinji Kempo	
3. Le rôle de l'instructeur	
4. L'absence de différentes écoles de Shorinji Kempo	
5. Le Groupe Shorinji Kempo	
6. La Fondation SHORINJI KEMPO UNITY	
7. L'importance de la gestion de la propriété intellectuelle	
8. La mission du Shike en Shorinji Kempo	
9. Les trois fonctions du Shike	
2e Partie. Communication	11
Chapitre 1. Communication active (la vision)	
Chapitre 2. Sites internet	
Chapitre 3. Les textes relatifs à la communication	
3e Partie. Gestion de la propriété intellectuelle	28
Chapitre 1. Règles relatives à la gestion de la propriété intellectuelle	
1. Transmettre correctement notre propriété intellectuelle	
2. Règles relatives à l'usage des photographies	
3. Protection du droit d'auteur	
4. Informations suspectes ou incorrectes	
5. Création de matériel de communication	
6. Autres	
Chapitre 2. Règles relatives à l'utilisation de l'emblème et du logo	
1. Agrément	
2. La marque SHORINJI KEMPO	
3. Remarques relatives à l'utilisation des designs de base pour l'emblème et le logo	
4. Isolation de l'emblème sur la couleur de fond	
5. Identification de l'emblème	
6. Utilisation de Wa-Tsu	
◆ Liste de vérification relative à l'utilisation de l'emblème et du logo et de la communication	
4e Partie. Licence	38
Chapitre 1. Développement des activités utilisant l'emblème et le logo	
Chapitre 2. Utilisation de l'emblème et du logo	

5e Partie. La pratique du VALUE-LEVEL-UP 46

Chapitre 1. Accroître la confiance portée au Shorinji Kempo ainsi que sa valeur

1 Un dōjō actif

2 Regard sur un dōjō actif

3 Accroître la confiance portée à l'instructeur ainsi que sa valeur

Chapitre 2. Gestion du risque sur le dōjō

1 Pouvoir du bouche-à-oreille et publicité négative

2 Gestion du risque (gestions des réclamations)

6e Partie. Autres 48

- Remarques relatives à la gestion de la propriété intellectuelle
- Remarques relatives à la communication

Annexes

- Engagement écrit relatif à l'utilisation des données de l'emblème et du logo [Formulaire T-1]
- Demande d'autorisation pour utilisation de marque (non commerciale) [Formulaire T-2]
- Contrat relatif à la transmission des données de l'emblème et du logo [Formulaire T-3]
- Demande d'autorisation pour utilisation de marque (commerciale) [Formulaire U-1]
- Règles relatives à la gestion de la propriété intellectuelle et à la communication

Emblème du Shorinji Kempo

La figure au centre est un double cercle entrelacé qui représente l'harmonie entre la force et l'amour. Les boucliers extérieurs sont là pour protéger la vérité, les enseignements de Bouddha, la justice, les 4 points qu'ils contiennent représentent les quatre concepts de la philosophie orientale que sont le ciel, la terre, l'ombre et la lumière. Le cercle ○ représente l'état ultime du manji 卍. Le manji représente le bonheur et la richesse, l'origine de la vie, l'univers en mouvement. Le manji est une paire le « omote-manji » et le « ura-manji » et à eux deux symbolisent l'harmonie. « omote-manji » est la compassion et l'amour, « ura-manji » est la raison et la force. Pour le Shorinji Kempo, c'est leur unification et leur harmonie qui doit être au cœur de la pensée et de l'action des individus et cela est exprimé par l'expression « Riki-ai Fu-ni » (力愛不二) : la force et l'amour sont un. Le manji a ainsi été utilisé dès l'origine en tant que symbole attaché au dōi des pratiquants. Cependant, dans de nombreux pays, le manji ne peut être utilisé car il rappelle le swastika utilisé par le régime nazi. C'est ainsi qu'en avril 2005 un emblème et un logo unifiés pour le monde entier ont été définis, pour protéger la pratique et le nom du Shorinji Kempo, mais aussi ses pratiquants qui s'entraînent avec passion chaque jour. Aujourd'hui, les pratiquants du monde entier portent le même emblème sur leur poitrine et pratiquent au quotidien les techniques, les enseignements ainsi que le système éducatif du Shorinji Kempo.



La propriété intellectuelle du Shorinji Kempo

Les enseignements, techniques, méthodes de transmission du Shorinji Kempo sont le fruit d'un travail créatif et à ce titre sont une propriété intellectuelle indépendante et spécifique. Le nom de Shorinji Kempo, son emblème ainsi que son logo sont une propriété intellectuelle en tant que moyens utilisés dans le cadre de l'activité pour distinguer les biens et les services offerts. Par conséquent il est impossible de faire l'enseignement du Shorinji Kempo ou l'usage de ces marques sans autorisation.

1re Partie. Signification de VALUE-LEVEL-UP

Le Shorinji Kempo est notre bien à tous.

Le VALUE-LEVEL-UP est l'activité qui assure l'accroissement des valeurs que porte ce bien qu'est le Shorinji Kempo, l'accroissement de la confiance qu'il inspire ainsi que sa transmission aux générations futures. Cette activité de VALUE-LEVEL-UP, c'est nous tous qui en sommes les acteurs.

1. L'ambition de Kaisō

La fondation du Shorinji Kempo a pour origine le vœu de Kaisō de créer des individus pour une société pacifique et riche. De l'expérience de la guerre, de l'après-guerre et de la confusion de cette époque, Kaisō a acquis la conviction inébranlable que l'éducation était la source à l'origine de la création d'une société pacifique et riche.

Ayant constaté avec une grande tristesse la dévastation physique et spirituelle des Japonais après la défaite, Kaisō a créé le Shorinji Kempo en tant que pratique ayant pour objectif la création d'une nouvelle société par la formation des individus qui la constituent.

Le Shorinji Kempo permet à ses pratiquants sincères de gagner confiance en soi et courage par la réalisation de soi, mais également de gagner la compassion qui amène au bonheur de soi et de l'autre ainsi que le dynamisme qui leur permettra de réaliser celui-ci. Les individus apprennent ainsi qu'avec comme principe moteur l'harmonie de la force et de l'amour ils peuvent atteindre non seulement au bonheur personnel, mais également d'agir pour le bonheur d'autres individus. Cette « formation de l'individu » n'a pas été conçue par Kaisō pour être limitée aux frontières du Japon. Elle a un caractère universel qui rend son utilité nécessaire dans n'importe quel pays ou société.

Le Shorinji Kempo s'est ainsi transmis dans le monde entier grâce à tous ces instructeurs qui partagent la vision de Kaisō et sont également convaincus de la valeur de la pratique. Et ces instructeurs permettent à un nombre considérable de pratiquants d'être touchés par la vision de Kaisō et de trouver du plaisir à l'apprentissage du Shorinji Kempo.

2. L'essence du Shorinji Kempo

Le Shorinji Kempo est une pratique de formation de l'individu.

Les techniques du Shorinji Kempo sont particulièrement martiales, mais elles n'ont pas pour finalité de gagner. Elles permettent essentiellement de ne pas perdre. Ne pas perdre ne se limite pas à la protection contre une violence physique. Il y a de nombreuses difficultés dans la vie contre lesquelles il ne faut pas perdre.

Kaisō nous expliquait comment des relations humaines meilleures et plus développées amenaient une plus grande satisfaction et plus d'espoir. C'est pourquoi le Shorinji Kempo ne considère pas que le succès individuel soit l'essentiel. La pratique du Shorinji Kempo implique la progression mutuelle qui naît dans le travail réciproque des techniques, des enseignements, et dans la collaboration en général.

La raison pour laquelle le Shorinji Kempo n'a pas de compétition sous forme de tournois ou ne souhaite pas participer aux Jeux olympiques, c'est avant tout parce que le Shorinji Kempo est une pratique de formation de l'individu et qu'il ne faut pas oublier ceci.

Le Shorinji Kempo est ainsi constitué en système éducatif qui unifie l'enseignement et les techniques, et la pratique seule de ces techniques ne constitue en aucun cas la pratique du Shorinji Kempo.

3. Le rôle de l'instructeur

Ce qui est le plus important pour un instructeur c'est de partager la vision de Kaisō. Il faut également comprendre les objectifs de la fondation du Shorinji Kempo et être capable d'enseigner correctement la pratique. Ceci constitue la base du rôle de l'instructeur.

L'instructeur doit bien sûr avoir une pratique personnelle correcte du Shorinji Kempo, doit toujours penser à s'améliorer en tant qu'être humain et doit systématiquement penser à devenir une personne qui soit utile à la société. Comme l'a lui-même fait Kaisō, sa manière de vivre doit être un modèle pour les générations qui le suivent et il doit

agir pour créer une société pacifique et riche.

On ne peut assez dire que la pratique et le développement du Shorinji Kempo sont aujourd'hui soutenus par la conscience et la passion qu'ont les instructeurs d'hériter de la vision de Kaisō.

Il est donc impossible d'être instructeur si on ne partage pas la vision de Kaisō, si on s'éloigne des objectifs de la fondation du Shorinji Kempo ou si l'on ne transmet pas correctement ses enseignements et sa pratique. C'est cette décision individuelle de chaque instructeur de partager la vision de Kaisō qui rend agréable la pratique entre tous. Et c'est le plaisir qu'on tire de la pratique qui permet de dépasser les difficultés, de résoudre les problèmes et de continuer à transmettre.

L'instructeur seul ne peut rien faire. Il faut savoir apprécier le fait que nous sommes soutenus par un très grand nombre de personnes.

4. L'absence de différentes écoles de Shorinji Kempo

Où que se trouve le lieu de pratique dans le monde, ce sont les mêmes techniques, les mêmes enseignements et le même système éducatif qui y sont transmis. Le Shorinji Kempo est un mouvement dont l'objectif est la création d'une nouvelle société par la formation des individus qui la constituent. C'est donc un groupe éducatif qui forme les individus à pratiquer ses techniques et ses enseignements, à trouver leurs propres potentiels, à trouver la force de vivre et à agir en pensant aux autres.

Le nom de Shorinji Kempo ne représente pas simplement une école d'art martial, c'est avant tout une pratique qui a pour objectif la formation des individus et leur bonheur.

Pour agir dans ce sens, le Shorinji Kempo est identique où qu'on le pratique dans le monde et il n'existe donc pas d'écoles de pratique différente.

5. Le Groupe Shorinji Kempo

Le Shorinji Kempo est un, mais pour poursuivre les objectifs de Kaisō il est constitué de plusieurs organisations. On appelle aujourd'hui la totalité de ces organisations le Groupe Shorinji Kempo. Le président du Groupe Shorinji Kempo est son plus haut responsable et est aujourd'hui Yuuki Sō, Second Shike du Shorinji Kempo. Les organisations constituant le Groupe Shorinji Kempo sont la Fondation SHORINJI KEMPO UNITY, le temple Kongo Zen Sohonzan Shorinji, l'établissement scolaire Zenrin Gakuen et la Fédération mondiale de Shorinji Kempo (WSKO).

6. La Fondation SHORINJI KEMPO UNITY

Par le passé, les différentes organisations qui constituent le Groupe Shorinji Kempo (ci-dessous « les Organisations ») avaient pour responsable Kaisō. Avant la création d'UNITY, la totalité de la propriété intellectuelle revenait au temple Kongo Zen Sohonzan Shorinji et la gestion de cette propriété intellectuelle hors du Japon revenait à la Fédération de Shorinji Kempo. En 2000, la séparation des responsabilités dans le Groupe Shorinji Kempo a rendu nécessaire l'unification des droits d'utilisation de la propriété intellectuelle entre toutes les organisations du groupe pour assurer l'unité du Shorinji Kempo à travers le monde. En 2003, les organisations qui constituent le Groupe Shorinji Kempo se sont réunies et ont créé UNITY pour réunir en un seul lieu la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo (jusqu'en 2006, le nom officiel d'UNITY était Société intermédiaire à responsabilité limitée pour la protection de la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo) et ont mis Kaisō à sa tête.

Les organisations qu'étaient Kongo Zen Sohonzan Shorinji et la Fédération Shorinji Kempo ont par suite cédé à UNITY l'intégralité de leurs droits sur la propriété intellectuelle de Shorinji Kempo. Le représentant officiel d'UNITY, également le Shike du Shorinji Kempo est ainsi le détenteur de la totalité des droits sur la propriété intellectuelle relative au Shorinji Kempo. Un accord entre les organisations constituant le Groupe Shorinji Kempo et UNITY permet aux activités relatives au Shorinji Kempo de continuer. UNITY est également responsable de la protection de cette propriété intellectuelle face aux attaques de tierces parties.

La mission d'UNITY est d'entreprendre les activités nécessaires à la réalisation de la vision de Kaisō en protégeant,

transmettant et développant un Shorinji Kempo unifié dans le monde entier. Pour remplir cette mission, UNITY entreprend les activités suivantes sous la direction directe du Shike.

- ① Interprétation du Shorinji Kempo, attribution et retrait des qualifications
- ② Recherches appropriées à l'époque visant à l'amélioration du système éducatif et à la progression des instructeurs et pratiquants
- ③ Stages et création de matériel éducatif pour accroître la confiance portée au Shorinji Kempo ainsi que sa valeur
- ④ Communication visant à une reconnaissance appropriée du Shorinji Kempo et gestion de la propriété intellectuelle
- ⑤ Activités visant à la réalisation de la vision de Kaisō
- ⑥ Évaluation et soutien des organisations sœurs
- ⑦ Accords de licence pour financer les activités de communication et de gestion de la propriété intellectuelle

Le budget de fonctionnement d'UNITY provient des revenus de cotisation des organisations membres, des paiements de qualifications, des redevances versées par les entreprises partenaires qui fournissent les produits nécessaires à la pratique des instructeurs et des pratiquants.

7. L'importance de la gestion de la propriété intellectuelle

Le Shorinji Kempo unifié dans le monde peut montrer quelques divergences selon les pays ou l'état de développement de la pratique, mais quel que soit le lieu de pratique, les enseignements, les techniques, le système éducatif ainsi que le système de qualification sont identiques.

Les pratiquants du Shorinji Kempo dans le monde entier partagent une philosophie, des valeurs et un système, pratiquent dans un but commun et se réjouissent des mêmes accomplissements. Les doutes, problèmes ou difficultés auxquels ils font face trouvent des solutions dans la collaboration entre eux.

Ceci est le résultat de l'unité du Shorinji Kempo qui constitue une grande famille dans le but de réaliser une même philosophie.

Pour protéger cette unité du Shorinji Kempo, il est nécessaire de protéger la vision de Kaisō, ses enseignements, les techniques et le système éducatif et de les transmettre de manière appropriée. Sans la standardisation actuelle aux standards mondiaux de la protection légale de notre propriété intellectuelle, il nous est impossible d'assurer cette protection.

8. La mission du Shike en Shorinji Kempo

La pratique correcte du Shorinji Kempo est composée d'une pratique interne, d'une pratique externe, d'une pratique active et d'une pratique passive. Il existe plus de 600 techniques sur la base de 3 principes (Go, Ju, Sei) organisés en 25 branches qui amènent au renforcement physique et sont le sujet de fascination pour les pratiquants du monde entier.

Cependant si l'instructeur a une mauvaise compréhension ou une mauvaise pratique des enseignements, des techniques ou du système éducatif, c'est un contenu corrompu qui va être transmis aux pratiquants et ceci peut créer le risque de se dévier des objectifs de la fondation du Shorinji Kempo ou de la vision de Kaisō pour transformer la pratique en quelque chose qui ne serait plus le Shorinji Kempo.

C'est ici qu'intervient le rôle central du Shike en Shorinji Kempo.

Le Shike est lié à Kaisō par le sang et garantit la transmission correcte de sa vision. La prise de position du Shike s'accompagne, une fois les différentes procédures respectées, de sa prise de position à la tête du Groupe Shorinji Kempo, d'UNITY et de la Fédération mondiale de Shorinji Kempo. La position et le rôle du Shike dans le cadre de Shorinji Kempo sont uniques.

Les instructeurs de Shorinji Kempo sont les représentants du Shike dans les différents pays, environnements,

régions et époques et mettent en pratique sa philosophie. Malgré l'unicité de la philosophie et des activités qui en découlent, la pratique de la transmission, les méthodes d'expression, l'expérience et la sensibilité de l'instructeur vont ajouter une couleur personnelle à la pratique qui peut amener à la déviation de la vision de Kaisō et de la philosophie du Shorinji Kempo.

Pour conserver l'unicité de la pratique, il faut se garder de laisser l'orientation et les méthodes de la pratique quotidienne être guidées par des considérations et des interprétations personnelles.

Une organisation telle que le Shorinji Kempo qui agit dans un but donné se doit d'avoir une présence dont la mission est d'indiquer l'orientation et les méthodes de la pratique quotidienne, de servir de soutien spirituel, d'hériter de la manière la plus fidèle la vision de Kaisō et d'établir clairement les principes et orientations de l'organisation sur cette base.

9. Les trois fonctions du Shike

Le Shike a les trois fonctions suivantes issues de sa position.

① Droit d'interprétation finale du Shorinji Kempo

Les activités et valeurs nécessaires à une société à un moment donné varient selon les époques. Pour que le Shorinji Kempo soit une présence nécessaire à la société et génératrice de valeurs, l'organisation doit être capable d'adaptations et de déterminer de manière appropriée et systématique les modifications techniques à apporter.

Ces décisions sur la base d'une interprétation finale permettent d'affirmer ce qu'est le Shorinji Kempo. En héritant de cette culture originale qu'est le Shorinji Kempo, le Shike a la responsabilité d'offrir une interprétation de ces valeurs et de cette pensée originale. C'est le « capitaine » du navire Shorinji Kempo et il a pour rôle d'indiquer l'orientation de l'ensemble du mouvement.

② Propriété intellectuelle relative au Shorinji Kempo

La propriété intellectuelle du Shorinji Kempo consiste en les enseignements, les techniques et le système éducatif hérité de Kaisō Sō Dōshin, ainsi que tous leurs dérivés, le nom et la marque utilisés pour identifier l'activité. Cette propriété intellectuelle est le produit de l'interprétation finale du Shorinji Kempo et ses droits reviennent en tant que tels au Shike, représentant d'UNITY.

Le Shike du Groupe Shorinji Kempo étant le détenteur de ces droits, il est impossible à une personne quelconque de se comporter de manière arbitraire.

③ Droit d'attribution et de retrait des qualifications du Shorinji Kempo

Les qualifications du Shorinji Kempo sont de deux ordres : l'ordre martial (budan) et l'ordre spirituel (hōdan) et sont attribuées en fonction de la ferveur du pratiquant à acquérir les enseignements et les techniques, ainsi qu'en



fonction de l'évaluation de sa progression personnelle qui en découle. Ces qualifications de deux ordres distincts sont attribuées en regard des valeurs et de la pensée spécifique au Shorinji Kempo et leur attribution ou leur retrait est la prérogative du Shike.

Pour procéder à l'attribution de ces qualifications, le Shike met en place des examens qui permettent d'évaluer le résultat de la pratique individuelle. Cette évaluation est déléguée à des examinateurs.

Cérémonie d'inauguration de l'emblème-logo unifiée du Shorinji Kempo (9 janvier 2005)

2e Partie. Communication

Chapitre 1. Communication active

Quand nous pensons au terme de « communication », les images qui nous viennent sont multiples ; annonce, publicité, promotion, etc. D'une manière générale, la communication recouvre les activités qui contribuent à établir des relations sur la base d'une compréhension réciproque en transmettant des informations à un grand nombre de personnes au sujet du contenu de l'activité pour approfondir leur connaissance et générer un bénéfice mutuel. Ce bénéfice mutuel naît non seulement par la connaissance accrue de la personne qui reçoit le message, que ce soit en utilisant cette information comme référence ou parce que l'information a été l'occasion de participer à l'activité, mais également à l'inverse quand le transmetteur a reçu de la part du récepteur un avis qui l'encourage dans sa pratique, qui lui permettra d'améliorer l'activité ou d'explorer de meilleures méthodes.

Pourquoi les activités de communication sont-elles nécessaires pour la pratique du Shorinji Kempo ? L'objectif commun au Groupe Shorinji Kempo est la création d'une société par la formation des individus. Pour pouvoir former des individus en harmonie avec leur entourage qui peuvent penser aussi bien à eux qu'aux autres, et créer une société pacifique et prospère, il est important que le Shorinji Kempo soit une pratique sociale acceptée. Si le Shorinji Kempo devient un nom reconnu et le contenu de la pratique est compris par le plus grand nombre, la pratique de chacun est sera rendu plus facile, le nombre des participants augmentera et l'énergie générée par le mouvement aussi ira en croissant.

Si l'on change de point de vue, le fait de faire connaître le Shorinji Kempo aux personnes qui souhaitent se transformer ou qui souhaitent trouver leur place dans la société est aussi une activité qui est utile à la société. Dans ce sens, l'objectif des activités de communication est bien d'assurer la promotion du Shorinji Kempo en faisant parvenir l'information aux personnes auxquelles nous souhaitons la faire parvenir, mais aussi aux personnes qui souhaitent en savoir plus. Le point le plus important est de savoir comment effectuer cette communication de la manière la plus efficace possible. La personne qui transmet l'information doit considérer la cible, le calendrier ainsi que le contenu transmis.

« Augmenter le nombre de participants », « faire connaître le Shorinji Kempo de la manière la plus étendue possible », « informer sur la vie quotidienne du dōjō », « communiquer sur une journée Sō Dōshin » sont autant d'objectifs dont le contenu demandera une réflexion sur les moyens avant de passer à l'exécution. On peut imaginer qu'une action résulte en un coût élevé sans effet et qu'une autre qui coûte peu aboutisse à une reprise par les médias et à une transmission vers un grand nombre de personnes. Les deux peuvent se produire.

Nous devons ainsi promouvoir activement des activités de communication dont l'objectif est d'augmenter la confiance envers le Shorinji Kempo et la valeur qu'on lui accorde tout en protégeant sa propriété intellectuelle.

► Utiliser le bouche-à-oreille

Le bouche-à-oreille est particulièrement efficace

Rencontrer et parler directement avec les personnes, pour toucher leurs amis, leurs collègues de travail, leur famille, et leurs relations sur internet... Une discussion qui marque l'auditeur va l'amener à agir immédiatement.

Si le locuteur est une personne de confiance, l'auditeur s'intéressera au produit ou au service discuté et n'hésitera pas à en faire l'achat ou à s'y inscrire. L'utilisation fréquente du bouche-à-oreille est un moyen de transmettre l'intérêt du Shorinji Kempo.

► Messages publicitaires et couverture des médias

Les messages publicitaires permettent de transmettre le message de la manière dont on le souhaite

En utilisant l'espace et le temps des médias de masse, il est possible de transmettre son message de la manière dont on le souhaite avec une efficacité directe.

Cependant, même si les coûts sont adéquats, le fait d'avoir investi dans un message publicitaire ne garantit pas l'effet attendu.

La couverture offerte par des médias (presse, télévision, radio) permet de faire passer l'information, mais est sujette à la décision de ces médias. L'intérêt est l'absence de coût, l'objectivité des contenus et le fait que l'activité peut attirer ainsi facilement la sympathie et la confiance des personnes visées. Cependant, le fait d'être le sujet d'une enquête ou d'un article n'est jamais garanti.

◆ Quatre éléments qui influent sur la réaction de l'auditeur.

La méthode va considérablement influencer sur la réaction de la personne visée. Les quatre éléments suivants doivent être inclus à toute tentative pour assurer les meilleurs résultats.

- ① Est-ce que le support utilisé est facilement accessible aux personnes visées ?
- ② Est-ce que le contenu a un attrait pour les personnes visées ?
- ③ Est-ce que la forme et le contenu auront un impact sur les personnes visées ?
- ④ Est-ce que le calendrier permet aux personnes visées de réagir facilement ?

► Communiqués de presse

Pour obtenir une couverture par les médias !

◆ Qu'est-ce qu'un communiqué de presse ?

Le communiqué de presse est le moyen efficace pour inviter à une couverture par les médias visés. Un communiqué de presse est une information spécifique communiquée à un média. Le journaliste en charge du communiqué de presse va étudier son contenu et décider si une couverture est nécessaire. Pour une décision favorable, il faut considérer le style de l'écriture ainsi que la méthode.

◆ La journée d'un journaliste commence par éliminer les communiqués de presse

Un journaliste commence sa journée en éliminant les informations superflues. Chaque jour, entre les courriels, les fax, les lettres, plusieurs centaines de communiqués de presse s'accumulent sur le bureau d'un journaliste, qui commence par éliminer les informations superflues et chercher celles qui feront l'objet d'un article. Il faut considérer qu'il ne passera que 2 ou 3 secondes par communiqué de presse et qu'il prendra sa décision en étudiant le premier tiers du papier A4 qu'il a devant lui.

◆ Écriture des communiqués de presse

Nous présentons ci-dessous les points à prendre en compte pour qu'un communiqué de presse soit sélectionné parmi les centaines de communiqués présents. N'hésitez pas à tenter votre chance.

● Dernières vérifications avant l'envoi

- Est-ce que l'information est vraie ? écrite sans exagération ? écrite objectivement ?
(par exemple : « Pour maigrir sans faute ! » ou encore « Même un enfant peut faire voler un adulte avec un seul doigt ! »)

Ce genre de contenu d'aura qu'un effet néfaste et la confiance et la valeur accordées au Shorinji Kempo risquent fortement d'en nuire.

● Est-ce que le calendrier est pertinent ?

Un communiqué de presse doit être envoyé au plus tard une semaine avant l'événement qu'il couvre et au plus tôt entre 1 mois et 2 mois avant celui-ci. En cas de demande d'information supplémentaire de la part du média, est-ce qu'une réponse peut être donnée de manière satisfaisante ?

- Le communiqué lui-même est par définition une méthode de communication

Le communiqué de presse est une méthode de communication. Il ne faut pas en abuser. Faites attention au fait que les contenus inappropriés (compris seulement par les personnes en rapport avec l'activité) envoyés à répétition donneront une mauvaise impression au destinataire et auront donc un effet néfaste. Les informations associées au local (une journée Sō Dōshin) ou l'activité spécifique d'un pratiquant sont des informations qu'on peut considérer comme pertinentes.

◆ Relations avec les journalistes

- Avant la demande

Il est difficile de demander une couverture sans aucun préalable. On peut commencer par envisager un petit encart commercial de façon régulière pour tisser des liens avec le média et être en confiance lors d'une demande de couverture.

- La demande

Pour l'envoi du communiqué de presse, préparez les questions/réponses imaginables et rendez-vous sur le lieu d'activité du journaliste pour lui remettre le communiqué en main propre. Il est aussi possible d'envisager de transmettre le communiqué à des agences de presse dont le travail est de le transmettre aux médias. Dans le cas d'un envoi postal ou par fax, téléphoner également pour vous assurer que le communiqué a été reçu.

En cas de questions, il est de la plus grande importance que le destinataire ait une bonne impression, communiquée par la rapidité de la réponse, la clarté des explications et leur sincérité.

En cas d'envoi simultané à plusieurs organes, éviter les actions qui pourraient être au détriment ou qui pourraient déplaire d'un média en particulier.

◆ Suivi après la demande

Si un article a été écrit, s'assurer que la relation avec le journaliste n'est jamais coupée. Si l'article était de qualité, s'assurer que les remerciements du groupe ont été transmis de manière appropriée.

► Créer un réseau média en répondant à des demandes de reportage

◆ Si vous avez reçu une demande de reportage

Une demande de reportage représente, tout comme un communiqué de presse, une possibilité de communication. En fonction de votre réaction au reportage, des relations durables peuvent être établies avec le média. Une couverture médiatique est une opportunité considérable de communication, mais il faut bien être conscient du média et de son objectif pour éviter que la réponse donnée se retourne en défaveur du groupe par la diffusion d'une image erronée de celui-ci.

Le point essentiel est de déterminer si l'action va contribuer à l'augmentation de la confiance envers le Shorinji Kempo et la valeur qu'on lui accorde. Répondre à une demande de la manière suivante :

◆ Pour qu'une couverture médiatique contribue à la confiance envers le Shorinji Kempo et la valeur qu'on lui accorde

1. Avoir une bonne compréhension du contenu du reportage

⇒ 2. Prendre une bonne décision

⇒ 3. Prendre les contacts nécessaires

⇒ 4. Faire un rapport après la couverture

1. Avoir une bonne compréhension du reportage

En suivant les 8 points ci-dessous, vérifiez le contenu de la demande et clarifiez le contenu du reportage.

- ① Intention et objectif du reportage
- ② Média (magazine, journal, télévision, internet, etc.)
- ③ Contenu du reportage (quand, où, qui, comment)
- ④ Nom de l'entreprise responsable
- ⑤ Coordonnées (numéro de fax, courriel)
- ⑥ Date de diffusion (impression)
- ⑦ Étendu de la diffusion (de l'impression)
- ⑧ Date souhaitée de réponse

Il arrive très rarement qu'un reportage soit à but négatif avec un média qui a des intentions néfastes. Il est donc très important de vérifier l'historique du reporter pour clarifier l'intention et l'objectif du reportage en ① en échangeant le plus possible d'information.

2. Prendre une bonne décision

Une fois le contenu du reportage bien compris, vérifiez s'il correspond aux points suivants :

- ① Est-ce que la formation de l'individu en tant qu'objectif du groupe est clairement exprimée ? Au contraire, est-ce que ce message est difficilement perceptible ?
- ② Est-ce que l'image d'un sport de combat extrême est évitée ?
- ③ Est-ce que le contenu correspond à la vision du VALUE-LEVEL-UP ?
- ④ Est-ce que la confusion avec les arts martiaux chinois est évitée ?
- ⑤ Est-ce que des expressions qui pourraient porter préjudice à d'autres groupes ou d'autres individus sont évitées ?
- ⑥ Est-ce que la distinction entre les différentes composantes du Groupe Shorinji Kempo est bien exprimée ?
- ⑦ Est-ce que l'intention et l'objectif du reportage peuvent générer une communication négative du Shorinji Kempo ?

En considérant les points précédents, il peut être nécessaire de refuser poliment un reportage.

3. Prendre les contacts nécessaires

Pour augmenter l'effet des communications de manière synergique, contactez votre fédération (ou le WSKO si votre pays n'a pas de fédération nationale) pour prendre conseil.

※ Dans le cas de reportages à couverture nationale, contactez UNITY par l'intermédiaire de la fédération ou de la WSKO.

4. Rapport et suivi après la demande

Pour analyser les effets de la communication et pour préparer les développements suivants, enregistrez ou copiez le reportage diffusé et envoyez un rapport à votre fédération (ou le WSKO si votre pays n'a pas de fédération nationale).

Une bonne réponse aux demandes variées de reportage, quelle que soit la réponse, donne bonne impression au demandeur. Si le reportage est accepté et le contenu satisfaisant, il faut considérer que ceci est une excellente étape pour créer des relations avec les médias.

Ne jamais oublier d'envoyer un mot de remerciement après un reportage. Comme pour les relations au quotidien, c'est un bon moyen de créer des relations amicales. Le résultat de ces efforts sera l'établissement d'un contact pour des envois de communiqués de presse ainsi que les nombreux bénéfices inattendus apportés par le reportage.

Exemple de documents imprimés



► Documents imprimés

À utiliser pour la diffusion et la popularisation de l'activité

Il existe de nombreux documents imprimés donc le but est de faire connaître le Shorinji Kempo au grand public ou de servir de texte d'apprentissage dans le dōjō. Il est possible de les utiliser pour la diffusion de l'activité, lors d'événements locaux ou comme cadeaux.

► Internet

Une communication à l'échelle du monde entier !

◆ Les sites officiels du Shorinji Kempo

1. L'utilité et le potentiel d'internet

À la différence des médias de masse que sont les journaux, magazines, la télévision ou la radio, on appelle « média de réseaux » les procédés qui font usage d'internet ou des communications entre ordinateurs (forum de discussion, courriel, sites, blogs, réseaux sociaux, etc.) Un site internet est un moyen de diffusion mondial utilisable par n'importe qui, n'importe quand, n'importe où, à faible coût, en utilisant aussi bien l'écrit que le son ou la vidéo, et de manière instantanée.

L'utilisateur peut avoir accès aux contenus n'importe où et n'importe quand, faire des recherches et en discuter avec n'importe qui.

Au lieu d'utiliser dictionnaires et imprimés, une quantité significative de personnes utilisent internet pour faire leurs recherches dans des domaines tels que les distractions, les voyages, le travail, les études ou la recherche...

2. Utilisation d'un site

● Suite à une discussion, un poster, un article...

Après avoir pris connaissance du Shorinji Kempo grâce à une conversation, un poster ou un article, l'utilisateur aura tendance à faire une recherche sur internet pour en savoir plus.

La plupart d'entre eux vont trouver un dōjō à proximité de leur domicile ou de leur lieu de travail après la consultation du site d'une fédération, d'une section ou du Groupe Shorinji Kempo.

Un site est donc un outil d'usage facile qui transmet efficacement ses contenus. Il est important d'en faire le meilleur usage.

● Les sites officiels du Shorinji Kempo

- L'utilisation du terme « Site officiel » permet de faire la distinction d'avec les sites de groupes qui tentent d'entretenir la confusion en utilisant des noms similaires aux Shorinji Kempo.
- Pour obtenir le label « Site officiel », il est nécessaire de répondre aux critères inscrits dans le GUIDE SHORINJI KEMPO VALUE-LEVEL-UP et de passer un examen.

● Création d'un site officiel Shorinji Kempo

① Vérifications

Créer le site en suivant les instructions données dans le GUIDE SHORINJI KEMPO VALUE-LEVEL-UP et en vérifiant la « Liste de vérification relative à l'utilisation de l'emblème et du logo et de la communication » (voir page 37).

② Demande et agrément

1. Le demandeur doit être un directeur de groupe dépositaire de qualifications officielles du Groupe Shorinji Kempo.
2. Le directeur effectue une demande d'agrément auprès du WSKO à l'aide du formulaire « Demande d'autorisation pour utilisation de marque ».
3. Une fois obtenu l'agrément du WSKO relatif à l'utilisation de la marque, il est possible de rendre le site public.



③ Méthode de création de site

- Utilisation de logiciels de création de site (choix en fonction du contenu et du niveau du site)
- Demande à un prestataire de service
Pour déterminer l'image de la section, il est important de considérer avec attention les contenus et la conception.
- Le site étant d'une certaine manière un « second dōjō », l'investissement financier dans sa création est également un choix envisageable.

④ Contrat d'hébergement et nom de domaine

Signer un contrat d'hébergement et de nom de domaine avec un fournisseur d'accès.

► Événements

Pour toucher directement les gens !

Même à notre époque où la télévision ou l'internet arrivent à attendre une multitude de personnes instantanément, des événements sont organisés chaque jour dans le monde entier.

Certains événements sont tellement attendus que dès la mise en vente des tickets ceux-ci sont épuisés. En opposition aux médias de masse que sont la télévision, l'imprimé, la radio qui sont à sens unique, les événements sont des médias de communication personnelle interactive et directe. Les personnes qui ont participé à des événements où elles pouvaient obtenir directement des informations sont d'autant plus satisfaites.

En créant un environnement hors du quotidien, il est possible de produire des effets psychologiques forts. Pour faire connaître le Shorinji Kempo au plus grand nombre, n'hésitez pas à organiser des événements.

● Étapes pour organiser un événement

- ① Établir un comité de préparation et un secrétariat
 - Faire appel à des experts, créer un cœur de personnes actives
- ② Vérifier le milieu local et la section
 - Vérifier les spécificités du milieu local et s'assurer des capacités du groupe
- ③ Étude d'une structure de base

- Que communiquer, à qui
- ④ Choix du lieu et vérification des ressources financières
 - Le projet doit correspondre aux capacités du groupe
- ⑤ Établir un comité exécutif
 - Responsable de la progression du projet, de la communication, de la préparation des opérations, de l'administration générale (affaires générales, finances, archivage, questionnaires, gestion du déroulement), etc.
- ⑥ Création du projet sur papier
 - Qui, pourquoi, quoi, à qui, où, quand, comment, pour combien ?
- ⑦ Gestion du déroulement
 - Que faire, pour quelle date, modification du calendrier en fonction des parties en retard qui ont besoin de soutien ?
- ⑧ Communication
 - Bouche-à-oreille, site internet, poster, brochure, bulletin local, journal, radio locale, magazines, etc.
- ⑨ Fin et récapitulation
 - Remerciement aux personnes qui ont participé à la préparation et à l'organisation, s'enquérir de l'opinion des membres, récapitulatif pour l'événement suivant.

● **Types et exemples d'événements**

- ① Activités pour une journée Sō Dōshin, conférences, symposiums, discours, présentation de l'activité...
- ② Démonstrations, stages, initiations, etc.
- ③ Vidéos, expositions photo, coin vente, etc.



Chapitre 2. Sites internet

I . Règlements concernant les sites officiels Shorinji Kempo

1. Agrément et gestion

- ① Être le directeur d'une section affiliée au WSKO.
- ② Avoir créé le site en conformité avec ce GUIDE et avoir obtenu un agrément concernant le droit d'utilisation des marques auprès de la WSKO.
- ③ Respecter le contenu de ce Guide, afficher dans la partie supérieure de la page d'accueil l'emblème et le logo à 3 niveaux et en quadrichromie pour s'identifier comme site officiel du Groupe Shorinji Kempo.
- ④ Mettre le site à jour régulièrement. Quand le site ne peut plus être entretenu, le fermer et contacter la WSKO.

2. Remarques

- ① Les textes présentant le Groupe, la Fondation, le Shorinji Kempo ainsi que les termes relatifs doivent correspondre aux contenus de ce Guide (2e Partie Communication, 3e Chapitre « Textes d'explication pour sites internet et autres brochures ») ainsi qu'aux sites officiels du Groupe Shorinji Kempo.
- ② L'explication systématique des techniques ou des enseignements ainsi que l'enseignement de leurs contenus détaillés n'est pas autorisée.
- ③ Photos et vidéos
 - Les photographies individuelles de Kaisō, Shike, de la présidente et autres, doivent être les photographies les plus récentes.
Les photos de groupe pour un événement ou les photos souvenirs en petits groupes sont autorisées, mais les clichés lors d'un repas par exemple doivent être soumises à autorisation de la personne photographiée (la demande peut résulter en un refus).
 - Les uniformes, drapeaux, tableaux d'affichage du dōjō, doivent dans la mesure du possible afficher l'emblème officiel actuel (photographies après le 1er avril 2005).
 - Les photographies datant d'avant la date de création de l'emblème (jusqu'au 31 mars 2005) doivent indiquer la date.
- ④ Droit d'auteur et droit à l'image
 - Les photographies ou vidéos doivent avoir été produites par le responsable du site ou être autorisées pour publication par leur créateur.
 - Il est interdit d'utiliser des photographies ou vidéos créées par une tierce personne sans en avoir eu l'autorisation.
 - La publication de photographies ou vidéos d'individus sur le site doit être sujette au consentement de l'individu.
- ⑤ Protection de la vie privée
 - Les informations permettant d'identifier une personne (nom, âge, lieu de naissance, adresse, coordonnées, nom du lieu de travail, école, etc.) ne sont pas publiées. ◦ La publication de ces informations requiert l'autorisation de la personne.
- ⑥ Autres
 - Les contenus relatifs aux différentes composantes du Groupe Shorinji Kempo doivent être affichés avec clarté et distingués par composante.
 - Les contenus visant à rabaisser le Shorinji Kempo, le dōjō ou les personnes y participant, ainsi que les bannières ou les liens se rapportant à ce genre de contenus ne sont pas autorisés.
 - La confusion entre informations publiques et privées, la critique de groupes spécifiques ou d'individus, les contenus offensants ne sont pas autorisés.

- Les contenus affichés doivent s'efforcer de créer une communication de qualité. Ces contenus sont utilisés pour améliorer la collaboration et la solidarité entre contributeurs et au sein du Groupe Shorinji Kempo. Les pages de soutien ou de publicité sont encouragées.

[Exemple de site]
Site officiel de la
Fédération américaine



II . Objectifs

La signification de l'utilisation de sites internet en tant qu'outils médiatiques pour la promotion du Shorinji Kempo est la suivante.

1. L'utilité et le potentiel d'internet

Ces dernières années, l'utilisation d'internet est devenue générale, aussi bien dans les organisations gouvernementales que dans les entreprises ou dans les foyers. L'internet n'est pas seulement source d'information ou moyen de transmission, mais est devenu un moyen de communication entre individus ou groupes dont on peut difficilement se passer. Il nous est devenu impossible d'ignorer ce moyen de communication. Ces dernières années, la diffusion des terminaux portables et l'augmentation de leurs fonctionnalités a rendu l'échange d'information une pratique de tous les jours et de tous les lieux. Le développement futur d'internet permettra l'abolition des différences entre régions, et le potentiel de ces systèmes va encore se développer avec l'accroissement des volumes, la vitesse des transmissions et l'amélioration des fonctions.

2. Utilisation des sites par le Groupe Shorinji Kempo

Un site peut être utilisé dans le cadre de l'activité pour transmettre de l'information au grand public, pour augmenter le nombre de pratiquants. Il faut en avoir une approche active.

3. Dangers et gestion d'un site.

N'oublions pas les dangers qui s'attachent à un usage plus courant de ces réseaux d'information. Les informations peuvent être facilement détournées par des individus à des fins néfastes. Une fois transmise, on ne sait jamais comment une information pourra être interprétée et des incompréhensions peuvent ainsi naître. Il est également possible que des infractions à la réglementation en résultent.

Il faut ainsi avoir conscience qu'en plus d'une société réelle, il existe en parallèle une société de l'information. Il est important de gérer les informations transmises de manière correcte pour mieux profiter de leurs bénéfices. La transmission d'informations doit donc suivre les règles posées par les groupes constituant le Shorinji Kempo et être conforme à l'esprit du Shorinji Kempo. Un site dont la gestion technique est inexistante est laissé à l'abandon et des informations qui ne sont plus à jour

restent affichées, ce qui peut résulter en des conflits avec les règles en application à ce moment. Le responsable de la gestion du site a la responsabilité de ne pas laisser le site à l'abandon.

4. Respect de la réglementation et manières

① Protection de la vie privée, infraction au droit d'auteur, diffamation et autres.

Sans se limiter à internet, on ne peut pas porter atteinte au droit d'auteur, au droit à l'image, à la propriété intellectuelle. La gestion des informations individuelle doit être faite avec le plus grand soin. Les photographies individuelles, l'adresse personnelle, l'adresse mail doivent être affichées en prenant toutes les précautions possibles. Leur affichage doit avoir été le sujet du consentement de l'individu. Les photographies où des participants du public sont visibles doivent obtenir le consentement des personnes visibles ou n'utiliser que les photos où elles ne sont visibles que de dos.

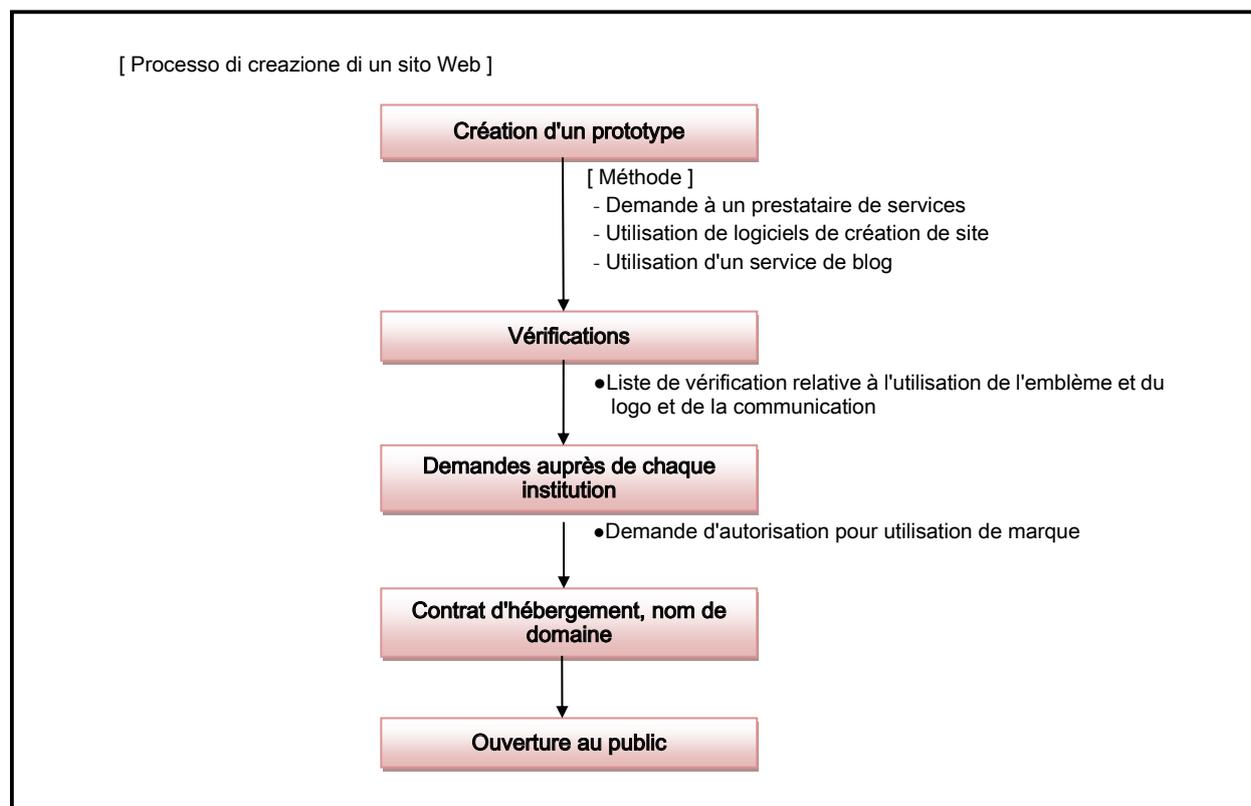
② Règles et manières pour affichage vis-à-vis du grand public

Il est important d'avoir une attitude positive vis-à-vis des commentaires relatifs aux contenus affichés. Les critiques et commentaires blessants peuvent cependant être la cause de conflits et ils peuvent parfois être émis à dessein. Une réponse mal formulée peut également provoquer une escalade. Il est donc de la plus grande importance de formuler les réponses de manière sereine et en évitant toute provocation.

Si une réponse est nécessaire, analysez clairement la raison de la réponse, restez concis et clair et écrivez avec la plus grande dignité. Les critiques qui impliquent des groupes ou des individus peuvent être comprises comme l'imposition d'un point de vue et sont à éviter à tout prix. Faites également attention aux contenus d'un lien que vous avez inclus sur votre site.

5. Utilisation de l'emblème et du logo dans les réseaux sociaux

L'utilisation de l'emblème et du logo sur les réseaux sociaux tels Facebook n'est autorisée que pour les institutions ou groupes qui en ont reçu l'autorisation. L'utilisation par des individus ou même par le directeur d'une section n'est pas autorisée.



(Référence) Principes d'utilisation concernant les médias sociaux

1. Utilisation des médias sociaux

On appelle médias sociaux les médias tels que Facebook, Twitter, Line, les services de blogs, etc. où l'utilisateur transmet des informations pour partager des savoirs. L'importance de ces médias dans la société contemporaine en tant qu'outils de communication et de promotion va croissant.

Les médias sociaux permettent aux individus de transmettre et de recevoir des informations de manière instantanée et libre dans le monde entier. Les prises de position individuelles aboutissent à des échanges sans fin où les opinions et points de vue varient sans fin, et sans qu'une conclusion soit nécessaire.

Il est important que le Shorinji Kempo devienne un des thèmes de discussion dans ces environnements et le fait qu'il devienne un thème discuté est également important. Le Shorinji Kempo fondé par Sō Dōshin possède la force d'une marque en tant qu'organisation qui promeut la création d'une nouvelle société par la formation des individus qui la constituent à travers un enseignement, des techniques et un système éducatif. Il est très important que les personnes associées au Shorinji Kempo, puissent transmettre de manière correcte ces contenus dans leur usage des médias sociaux.

Le Groupe Shorinji Kempo considère que pour les instructeurs, mais également pour les pratiquants et les personnes qui soutiennent la pratique, il est important que le Shorinji Kempo soit transmis et apprécié de manière correcte. C'est pour cette raison que des règles d'utilisation des médias sociaux ont été établies.

Merci de bien vouloir respecter ces règles en gardant toujours le futur de la pratique à l'esprit.

2. Critères de base d'utilisation des médias sociaux

Il est important de considérer les points suivants lors de l'utilisation des médias sociaux.

① Responsabilité quant à l'utilisation

Que l'utilisation soit anonyme ou non, la responsabilité quant aux contenus est la même. Les contenus sont diffusés instantanément dans le monde entier et même un envoi individuel peut être confondu avec un envoi officiel. Un envoi mal préparé peut causer des dommages à votre famille ou à vos amis. Il est donc nécessaire de respecter les manières et les usages ainsi que de considérer avec la plus grande attention les contenus envisagés.

② Protection de la vie privée

Les informations relatives à la vie privée des individus doivent être protégées avec les plus grandes précautions. En particulier, veillez à éviter la communication d'informations qui peuvent être utilisées pour vous identifier ou pour identifier une tierce personne (une adresse par exemple), ce genre de contenus peut également conduire à des conflits. Veillez également à éviter les contenus discriminatoires ou offensants vis-à-vis d'individus ou de groupes.

③ Respect du droit des personnes

Veillez à respecter le droit d'auteur, le droit des marques, le droit à l'image et tous les autres droits des personnes. L'activité créatrice d'une personne génère automatiquement un droit à la propriété intellectuelle. Veillez à ne jamais enfreindre ce droit. Veillez également à ne jamais utiliser de photographies ou d'informations émanant de tierces personnes sans leur autorisation.

④ Respect de l'impartialité

L'utilisation des médias sociaux à destination du grand public implique le respect de la liberté d'expression et le devoir d'impartialité. Il est important de respecter le point de vue de l'autre du point de vue individuel tout en évitant de tenter de contrôler ou d'influencer l'échange. En réaction à des opinions négatives, s'il vous est impossible de réagir de manière appropriée, retirez-vous de l'échange ou n'y participez pas.

⑤ Remarques relatives à l'usage d'internet

Internet est ouvert à tous. Il est donc possible d'être trompé par des liens frauduleux (liens malicieux, hameçonnage, etc.) Certains sites diffusent également des publiciels ou des malicieux (*) à votre insu. Prenez garde à vérifier l'origine des informations et leur fiabilité avant de les transmettre.

(*) Les publiciels sont des logiciels qui forcent l'affichage de publicités en échange d'un usage gratuit du logiciel. Les malicieux sont des logiciels qui agissent comme porteurs de virus, vers ou autres systèmes de vol d'informations ou de piratage de système.

3. Critères d'utilisation des médias sociaux

En tant que personne associée à la pratique du Shorinji Kempo, il est important de conserver les règles suivantes à l'esprit pour garantir que le Shorinji Kempo soit correctement décrit et apprécié.

① Respecter le contenu du Guide et des réglementations diverses

Dans le cadre de l'utilisation de ces services et de la transmission d'informations à travers eux et dans la perspective de la gestion d'une bonne communication qui inclut la gestion de la propriété intellectuelle, vous êtes appelés à strictement respecter le contenu du Guide, des réglementations relatives à la gestion de la propriété intellectuelle et à la communication, ainsi que des diverses réglementations émises par la WSKO. Contactez la WSKO pour en savoir plus.

② Transmission correcte de l'essence du Shorinji Kempo

Vous devez veiller à correctement décrire le Shorinji Kempo comme un ensemble incluant des enseignements, des techniques et un système éducatif visant à la formation de l'individu. L'aspect technique est le plus facilement transmis, mais il faut veiller à ne jamais dévier de la pratique réelle du Shorinji Kempo dont l'essence est de viser à la formation de l'individu.

③ Protéger les principes de base du Shorinji Kempo et sa propriété intellectuelle

Pour protéger ce Shorinji Kempo unique au monde, il est important protéger sa propriété intellectuelle. Il est interdit de transmettre et d'utiliser cette propriété intellectuelle sans autorisation. Gardez ceci à l'esprit dans chaque communication. Cette propriété intellectuelle inclut les enseignements, les techniques, le système éducatif, le nom, l'emblème et le logo du Shorinji Kempo. En tant que protecteur de cette propriété intellectuelle, il est important que vous ne fassiez aucune explication systématique ou détaillée des techniques et enseignements du Shorinji Kempo et que lors d'explications relatives aux activités et à la pratique du Shorinji Kempo vous évitiez tout malentendu possible.

④ Une utilisation responsable et attentive

Vous avez une responsabilité en tant que personne impliquée dans la pratique du Shorinji Kempo. Même en tant qu'individu, vous êtes toujours représentant de l'organisation et vous devez de vous exprimer avec mesure. Dans le cadre de l'utilisation d'internet, il est important de protéger les informations individuelles et également de montrer du respect à l'égard des personnes et groupes externes. Il est également important de rester impartial et de faire attention aux liens et autres logiciels suspects.

⑤ Autres

• Prenez en considération l'organisation et les pratiquants

Lors de la publication d'informations, accordez la plus grande attention au Groupe Shorinji Kempo et aux pratiquants qui le soutiennent. Prenez garde à ne porter préjudice à personne, à ne pas répondre aux provocations et à ne pas vous laisser prendre dans des discussions stériles.

• Gestion de l'audience et des contenus

À cause de leur capacité à transmettre instantanément des informations dans le monde entier, il est important de limiter votre audience lors de votre utilisation des médias sociaux. Lors d'envois de masse, vous devez exclure les personnes qui ne sont plus affiliées au Groupe Shorinji Kempo et limiter votre audience aux personnes concernées par les contenus. Si vous n'êtes plus affilié au Groupe Shorinji Kempo, gérez les informations relatives au Shorinji Kempo avec la plus grande attention et ne les transmettez jamais sans raison.

4. Liste de contrôle pour utilisation des médias sociaux

Rubrique / Contenus à vérifier		Oui / Non
Respect du GUIDE		
	Est-ce que les règles dictées dans ce GUIDE sont respectées ?	
Est-ce que la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo est respectée ?		
	Est-ce que le Shorinji Kempo est présenté comme pratique de formation de l'individu ? Est-ce que le contenu évite de présenter la pratique comme un art martial extrême en dénigrant son aspect formateur ?	
	Est-ce que les enseignements, techniques et le système éducatif sont correctement expliqués ? Est-ce que le contenu évite la confusion avec un art martial chinois ?	
	Est-ce que le contenu évite la présentation systématiquement et détaillée des techniques et enseignements ?	
	Lors de la présentation des activités et de la pratique, est-ce que le contenu évite les expressions qui pourraient induire en erreur au sujet des orientations futures ?	
Respect de la réglementation		
	Est-ce que le contenu est cohérent du point de vue d'une affiliation au Groupe Shorinji Kempo ou à un groupe affilié ?	
	Est-ce que le contenu est conforme avec la réglementation en vigueur et les bonnes manières ? Est-ce que le contenu est conforme aux règles et manières régissant l'utilisation d'interne (partage des informations et des savoirs entre utilisateurs) ?	
	Est-ce que le contenu respecte les droits de l'humain, la liberté d'expression, le droit à la vie privée, le droit de la propriété intellectuelle (droit de marque, droit d'auteur, droit d'image, droit de la conception) ?	
	Est-ce que le contenu évite les réactions à des provocations ou la participation stérile à des discussions ?	
	Est-ce que les liens suspects et les logiciels malicieux sont évités ?	
Gestion des informations		
	Est-ce que le contenu évite les provocations vis-à-vis d'individus ou de groupes tiers ? Est-ce que le contenu évite la diffusion d'informations internes et d'informations pouvant blesser les pratiquants ou le groupe ?	
	Dans le cas d'un envoi de masse, est-ce que la liste des destinataires est gérée de manière appropriée pour éviter la transmission d'informations à des personnes qui ne sont plus affiliées ?	
	En cas de perte d'affiliation à un groupe Shorinji Kempo, est-ce que la gestion des informations relatives au Shorinji Kempo est effectuée de manière appropriée ?	

Chapitre 3. Textes d'explication pour sites internet et autres brochures

☒ **Qu'est-ce que le Shorinji Kempo**

(version courte)

Le Shorinji Kempo a été fondé en 1947 au Japon. C'est un système éducatif, un ensemble de techniques et d'enseignements qui vise à la formation d'individus utiles à la société par leur confiance en eux, leur courage, leur dynamisme et leur compassion. Sō Dōshin a ainsi ouvert la voie à une vie commune heureuse faite d'entraide entre individus indépendants et fiables.

(version longue)

Le Shorinji Kempo a été fondé en 1947 au Japon par Sō Dōshin en tant que pratique de formation de l'individu. L'enseignement explique qu'en cultivant le corps et l'esprit, les pratiquants s'aident entre eux et parviennent à vivre heureux. En ressentant sa propre progression, les techniques sont appréciées avec un partenaire qui progresse également. Cet enseignement et ces techniques sont combinés de manière inséparable dans un cercle vertueux en un système éducatif unifié. L'être humain dissimule en lui un potentiel de croissance qu'il possède dès la naissance. Le Shorinji Kempo forme des personnes qui croient en ce potentiel et cherchent à s'améliorer pour créer une société spirituellement et matériellement satisfaisante où les individus collaborent entre eux.

☒ **Motivations et objectifs de la fondation du Shorinji Kempo**

Le fondateur du Shorinji Kempo, Sō Dōshin, a réalisé en vivant les troubles de l'après-guerre à quel point la qualité d'un dirigeant peut influencer sur un groupe ou une société. Il a ainsi défini cette capacité à diriger comme basée sur la confiance en soi, le courage, le sens de la justice et le dynamisme.

Percevant qu'il fallait former autant de dirigeants droits que possible pour créer cette société de paix et d'abondance, Sō Dōshin a ainsi dès la fin de la guerre, commencé à enseigner la voie à prendre pour vivre pleinement à de jeunes personnes qui avaient perdu leur amour-propre, tout en leur enseignant des techniques efficaces de renforcement physique pour leur donner une nouvelle confiance en eux-mêmes. À travers l'entraînement, il leur donna une nouvelle fierté et de nouvelles valeurs ainsi que la réalisation de leur propre potentiel en tant qu'être humain, et commença à former des individus confiants, courageux et dynamiques utiles à la société.

☒ **Kongo Zen**

Les enseignements du Shorinji Kempo viennent pour l'essentiel des enseignements du fondateur, Sō Dōshin, mais leur fondation vient de la transmission correcte des préceptes de Bouddha et de la pratique des Bodhidharmas adaptée à la vie contemporaine. Le Kongo Zen n'est pas un enseignement qui prêche le paradis dans l'au-delà ou les bénéfices de ce monde. C'est un enseignement qui montre qu'à travers la pratique du Shorinji Kempo les individus non seulement fonder leur soi pour devenir autonomes, mais également peuvent servir aux autres, c'est une nouvelle pratique qui prêche « Shin-shin Ichi-nyō » (身心一如), l'unicité du corps et de l'esprit et « Ji-ta Kyō-raku » (自他共楽), le bonheur pour soi et pour l'autre. Le nom de Kongo Zen a été pensé par Sō Dōshin à partir du nom des deux protecteurs du bouddhisme, les Kongo-Jin A (le commencement) et Ün (la fin), ou Yin et Yō (la lumière et l'obscurité), qui représentent l'harmonie de l'infinitude de l'univers.

☒ **Les 6 caractéristiques du Shorinji Kempo**

◆ **Ken-zen Ichi-nyō (拳禪一如)**

Unicité du corps (拳) et de l'esprit (禪). Le corps et l'esprit ne sont pas séparés, ils s'influencent réciproquement. Le Shorinji Kempo n'a pas de préférence pour l'un ou pour l'autre, il les cultive avec harmonie.

◆ Riki-ai Fu-ni (力愛不二)

La compassion et le sens de la justice ne peuvent être utiles sans force. La force sans honneur et sans convictions ne peut être utilisée à bon escient. L'harmonie entre force et amour, intelligence et compassion sont le modèle de la pratique du Shorinji Kempo.

◆ Shu-shu Kō-ju (守主攻従)

Les techniques du Shorinji Kempo existent pour protéger le corps d'une violence injuste. Pour ceci, le système commence par la protection et continue dans la riposte. En adoptant une posture défensive, les faiblesses de l'adversaire apparaissent et permettent une riposte efficace.

◆ Fu-satsu Katsu-jin (不殺活人)

Les techniques du Shorinji Kempo ne peuvent être utilisées pour blesser. Elles existent pour protéger les autres et soi-même et pour se développer. Ces techniques font ressentir à l'individu son potentiel. Leur pratique sert à apprécier sa propre progression.

◆ Gō-jū Ittai (剛柔一体)

Les techniques du Shorinji Kempo se composent des techniques « dures » (Gōhō, 剛法) qui permettent une riposte avec le corps en recevant et en retournant une attaque au poing ou au pied, et des techniques « souples » (Jūhō, 柔法) qui permettent une riposte en projection, dégagement ou clé contre un adversaire qui aurait agrippé le poignet ou les vêtements du pratiquant. Lorsque les caractéristiques des deux groupes de techniques sont habilement utilisées, les résultats sont d'une grande efficacité.

◆ Kumite Shutai (組手主体)

La pratique du Shorinji Kempo a pour base l'entraînement en paire. Cette méthode permet de réagir aux mouvements du partenaire pour pratiquer les techniques en situation réelle, mais également pour contribuer au progrès de l'autre et se réjouir réciproquement de la progression qui en résulte.

☒ **Biographie du fondateur du Shorinji Kempo, Sō Dōshin**

Né en février 1911 dans le département d'Okayama au Japon dans la ville de Mimasaka-shi (alors Sakuto-chō). Il part pour la Chine à l'âge de 17 ans et voyage à travers le continent. Pendant son séjour, il bénéficie des faveurs Wen Laoshi de l'école Songshan Shaolinsi où il rentre en apprentissage et y acquiert un nombre considérable de techniques. Après la fin de la guerre, il passe un an dans le nord-est de la Chine, en Mandchourie, alors sous contrôle soviétique. Les conditions terribles de l'immédiat après-guerre le rendent témoin de la réalité de la nature humaine et se convainc que la conduite des affaires civiles, militaires ou politiques a pour origine la qualité des dirigeants et que pour réaliser une paix réelle, il n'y a d'autre chemin que la formation d'individus compatissants, courageux et justes.

En octobre 1947, à Tadotsu dans le département de Kagawa au Japon, il fonde un système éducatif visant à la formation d'individus utiles à la société. Ce système a pour cœur l'enseignement de « Riki-ai Fu-ni » et les techniques qui permettent l'autonomie de l'individu, mais aussi le « Ji-ta Kyō-raku », bonheur pour soi et pour l'autre. Ce système est le Shorinji Kempo dont il devient le Shike. Sō Dōshin décède en mai 1980.

☒ **Statut de Sō Dōshin (Kaisō)**

Pour tous les pratiquants, Sō Dōshin est Kaisō et réciproquement, mais il n'en est pas de même pour les non-pratiquants. Le terme « Kaisō » (Fondateur) est fréquemment utilisé dans d'autres arts martiaux et même dans des groupes religieux. Pour les personnes qui n'ont pas de connaissances sur le Shorinji Kempo, dans les documents à destination du grand public, il est préférable d'utiliser le terme de « Fondateur du Shorinji Kempo ».

Exemple : « Le fondateur du Shorinji Kempo, Sō Dōshin »

Dans les documents où l'on souhaite d'utiliser le terme « Kaisō », il est recommandé de l'utiliser de la manière suivante : « Le fondateur du Shorinji Kempo, Sō Dōshin (Kaisō) ».

☒ Histoire du Shorinji Kempo

Le Shorinji Kempo est fondé en octobre 1947 dans la demeure de Sō Dōshin à Tadotsu, Kagawa, sous la forme d'une pratique de formation de l'individu qui inclut des enseignements, des techniques et un système éducatif. En 1951, l'organisation prend la forme d'une association légale à but religieux dans le droit japonais et fonde le temple Kongo Zen Sohonzan Shorinji. En 1952, L'Établissement scolaire Zenrin Gakuen naît sous sa première forme (Zenrin Gakuen) pour former les futurs instructeurs de Shorinji Kempo. En 1963, la Fédération japonaise de Shorinji Kempo est créée par agrément du gouvernement préfectoral. En 1991, après son développement sur tout le territoire japonais, La Fédération japonaise de Shorinji Kempo (aujourd'hui Fédération de Shorinji Kempo) se dissout et se reforme pour devenir Fédération de Shorinji Kempo sur le territoire national. En 2011, la fédération de vient Fondation et développe la pratique du Shorinji Kempo en club dans les écoles et autres institutions. En 1972, création de la Fédération internationale de Shorinji Kempo. En 1974, La Fédération internationale de Shorinji Kempo est dissoute et renaît sous la forme de Fédération mondiale de Shorinji Kempo. En avril 2016 le Shorinji Kempo est présent dans 37 pays dans le monde. En 2003, fondation de l'Association pour la protection de la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo (Société intermédiaire à responsabilité limitée). En 2006, l'association change de nom pour devenir SHORINJI KEMPO UNITY, en 2008, un changement de la législation amène à sa transformation en Fondation SHORINJI KEMPO UNITY dont l'objectif est de soutenir l'activité de formation de l'individu par la protection et la mise en valeur de la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo.

☒ L'organisation du Shorinji Kempo

Le Groupe Shorinji Kempo

Le Shorinji Kempo composé d'un enseignement, de techniques et d'un système éducatif, fondé par Sō Dōshi, est promu par les quatre organisations que sont la Fondation Shorinji Kempo Unity, le temple Kongo Zen Sohonzan Shorinji, l'établissement scolaire Zenrin Gakuen et la Fédération mondiale de Shorinji Kempo (WSKO). Le Groupe Shorinji Kempo, avec la création en avril 2005 d'un emblème et d'un logo unifié pour le monde entier, promeut cette activité d'éducation sociale qu'est le Shorinji Kempo de manière coordonnée harmonieuse entre les différents groupes et organisations tout en faisant le meilleur usage de leurs spécificités.



Siège du Shorinji Kempo

◆ Fondation SHORINJI KEMPO UNITY

En 1947, avec pour objectif la formation d'un individu utile à la société, Sō Dōshin a créé un ensemble constitué d'enseignements, de techniques et d'un système éducatif. Pour protéger et promouvoir ce Shorinji Kempo unique et non fragmenté dans le monde, la Société intermédiaire à responsabilité limitée pour la protection de la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo a été créée en novembre 2003. En 2006, son nom fut changé en Société intermédiaire à responsabilité limitée SHORINJI KEMPO UNITY, et en 2008 elle est transformée en fondation dont la fonction est de soutenir l'activité de formation de l'individu en protégeant et en faisant le meilleur usage possible de la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo, mais également en promouvant les groupes qui contribuent à la propagation et au développement du Shorinji Kempo.

◆ Kongo Zen Sohonzan Shorinji

Le Kongo Zen Sohonzan Shorinji est un groupe religieux caractérisé par la pratique au quotidien du principe « Shin-Shin Ichi-Nyō » à travers le Shorinji Kempo pour atteindre les deux objectifs que sont l'autonomie de l'individu (Jiko Kakuritsu) et le bonheur pour soi et l'autre (Ji-Ta Kyō-raku).

Le Kongo Zen croit que les êtres humains détiennent en eux le potentiel de l'univers et prêche le développement de ce potentiel dans le respect de l'autre pour réaliser une société pacifique et riche la main dans la main. Près de 2000 temples dans tout le Japon offrent un lieu de pratique agréable au-delà des générations, des enfants aux personnes âgées.

◆ Établissement scolaire Zenrin Gakuen

Il est fondé en 1952 sous le nom de Zenrin Gakuen pour la formation des instructeurs de Shorinji Kempo. En portant le principe éducatif que sont les enseignements du Shorinji Kempo, l'école spécialisée Zenrin Gakuen (anciennement École spécialisée de l'art martial Shorinji japonais) s'est efforcée de former les instructeurs des sections spécialisées en arts martiaux dans tout le pays pendant toutes ces années. En 2013, le Lycée Zenrin Gakuen a été ouvert pour promouvoir une nouvelle éducation.

◆ Fédération mondiale de Shorinji Kempo (World Shorinji Kempo Organization, WSKO)

Le Shorinji Kempo fondé au Japon a commencé à se développer à l'étranger à partir du milieu des années 1960 pour parvenir à la date de l'écriture (avril 2016) à une pratique dans 37 pays. Les différentes fédérations nationales ou sections affiliées à la WSKO pratiquent bien sûr le Shorinji Kempo en résonance avec les enseignements de sa pratique, mais participent également de manière active à des initiatives de contribution sociale variées. Le Shorinji Kempo né d'une unique personne, Sō Dōshin, est un pont entre les cœurs des pratiquants au-delà des peuples, des religions, des langues, qui cultive l'amitié et permet des rencontres internationales une fois tous les quatre ans, mais aussi des stages et des ateliers dans chaque région avec de nombreux échanges internationaux.

☒ Unification des transcriptions du nom des différentes organisations pour la communication externe

Pour clarifier le fait que « Shorinji Kempo » soit un nom propre, les outils de communication destinés au grand public (brochures, posters, sites internet, etc.) utiliseront les transcriptions suivantes en alphabet romain.

- Dans un titre ou sous-titre, utiliser exclusivement des majuscules pour « SHORINJI KEMPO » et le nom des organisations. Mettre toujours un espace entre « SHORINJI » et « KEMPO ».
- Dans les documents dont le titre ou les sous-titres incluent « SHORINJI KEMPO », le corps du document utilisera « Shorinji Kempo » (capitale sur l'initiale exclusivement), la règle s'applique également pour le nom des organisations.
- Pour les textes et documents à destination des pratiquants, l'utilisation intégrale des majuscules n'est pas requise. Utiliser « Shorinji Kempo ».

3e Partie. Gestion de la propriété intellectuelle

Chapitre 1. Règles relatives à la gestion de la propriété intellectuelle

1. Transmettre correctement notre propriété intellectuelle

- Une transmission des informations basée sur des définitions unifiées

Pour encourager l'adoption dans la société de définitions correctes concernant le Shorinji Kempo nous considérons qu'il est nécessaire de procéder à une transmission des informations basée sur des définitions unifiées.

Pour expliquer ce qu'est le Shorinji Kempo dans les imprimés, sites internet et autres médias, citez les publications officielles ou encore les documents fournis (p. 24). Dans le cas d'une limite de taille qui vous oblige à résumer les documents fournis, vous devez prendre le contact du responsable de la communication et de la propriété intellectuelle des institutions et groupes en rapport avant impression ou publication. En ce qui concerne l'interprétation basée sur l'expérience personnelle de l'instructeur ou les caractéristiques de chaque dōjō, il est possible de communiquer en précisant bien que les contenus sont spécifiques à l'interprétation de l'instructeur ou aux caractéristiques du dōjō, tant que cette communication ne rentre pas en contradiction avec le contenu de ce document ou l'essence du Shorinji Kempo.

Toutes les informations, une fois qu'elles sont émises, ne sont plus à portée de l'émetteur. Il est impossible de contrôler l'interprétation que fera le récepteur de celles-ci. Le récepteur peut délibérément faire une interprétation malicieuse de ces informations et les utiliser à mauvais escient. Ce genre de manipulation de l'information peut briser toute organisation. Pour toutes les communications, assurez-vous de bien comprendre les origines des informations transmises, et appliquez-vous à utiliser des expressions faciles à comprendre et à fournir toutes les explications possibles.

Il est cependant interdit de créer, vendre, distribuer, publier des informations relatives à la philosophie et aux techniques du Shorinji Kempo sans autorisation.

2. Règles relatives à l'usage des photographies

Pour toute utilisation de photographies ou de vidéos, le droit des personnes qui ont produit ces images rentre en jeu. En particulier dans le cas de photographies prises par des photographes célèbres, il s'agit de propriété intellectuelle à la haute valeur ajoutée qu'il est impossible d'utiliser sans autorisation. Pour toute photographie ou vidéo, le droit des personnes montrées rentre également en jeu. Il est impossible d'utiliser ce genre d'image sans l'autorisation des personnes montrées. Dans le cas où le sujet de la photo est un objet ou un bâtiment, le droit des images revient en général au propriétaire de l'objet ou du bâtiment. Les images montrant des personnes ou des sujets à grande valeur ajoutée sont en général gérés par les ayants droit et leur utilisation non autorisée peut conduire à des poursuites.

※ Au sujet des photographies gérées par la Fédération de Shorinji Kempo.

La Fédération de Shorinji Kempo met en vente des photographies de Kaisō, des représentants des organisations constituant le Groupe Shorinji Kempo et des techniques de Shorinji Kempo. Il est possible d'utiliser ces photographies pour la communication relative au Shorinji Kempo.

- Dans le cas d'utilisation de photographies de Kaisō, n'utiliser que les photographies où il est en costume civil.
- Il est interdit d'utiliser les photographies de Kaisō en tenue religieuse, avec son wagesa, etc. (il est possible d'utiliser des photographies relatives au Kongo Zen).
- Il est interdit de copier et utiliser les photographies trouvées dans les publications de Shorinji Kempo sans autorisation.

※ Au sujet des autres photographies.

- Pour éviter de faire penser que le Shorinji Kempo est né en Chine, ne pas utiliser de

photographies en tenue de pratique.

- Ne pas utiliser de photographies datant d'avant la création de l'emblème et du logo. Cependant lorsqu'il est nécessaire de présenter les actions passées, préciser la date de la prise de vue (il est possible de se limiter à l'année, par exemple « autour de ... »).

※ Règles à respecter lors de l'utilisation des photographies.

- Lorsque des personnes sont présentes sur la photo, ne pas utiliser celle-ci de manière qui soit cause de mécontentements.
- Faire particulièrement attention lorsque vous utilisez des photos personnelles. Dans tous les cas, l'accord des personnes présentes est indispensable.

※ Faites attention aux prises de vues individuelles (photographies, vidéos, etc.) en particulier ne pas procéder à une diffusion sur internet ou à une utilisation à but commercial sans précautions. Vous pourriez être la cible de poursuites judiciaires.

3. Protection du droit d'auteur

De manière générale, lors de la production de contenus écrits, s'il est nécessaire de procéder à des citations, il suffit d'indiquer clairement la source de la citation et de respecter les autres critères d'utilisation des citations pour ne pas avoir à craindre d'enfreindre le droit d'auteur. Cependant, si vous recopiez sur plusieurs pages un texte sans indiquer qu'il n'est pas de vous sans autorisation, vous enfreignez le droit d'auteur.

Dans le cas des matériels pédagogiques publiés par le Shorinji Kempo, il est également nécessaire d'indiquer l'origine de la citation (même dans le cas de photocopies à distribuer) même s'il n'est pas nécessaire de faire de demande spéciale. Cependant, dans le cas d'une citation de la partie « Qu'est-ce que le Shorinji Kempo » du présent document, il n'est pas requis de citer l'origine du texte.

※ Si l'original utilise le terme « Shorinji » au lieu de « Shorinji Kempo », merci de rectifier dans votre citation.

※ Au sujet des traductions des différents matériels pédagogiques

Il est nécessaire de prendre le contact de SHORINJI KEMPO UNITY si vous souhaitez entreprendre la traduction des imprimés et autres matériels pédagogiques dont SHORINJI KEMPO UNITY détend les droits.

4. Informations suspectes ou incorrectes

Toutes les informations qui circulent ne sont pas forcément correctes. Quand vous avez reçu une information dont vous doutez ou que vous pensez fausse, avant de la transmettre à quelqu'un d'autre il est nécessaire de la vérifier (prendre le contact des émetteurs, vérifier les faits) pour clarifier les choses.

※ Utilisation frauduleuse de noms et de marques.

La marque Shorinji Kempo est le symbole de la qualité de notre engagement et de la confiance qui nous est accordée, sur la base de notre histoire et de nos réalisations. Des comportements qui porteraient atteinte à ceci, quelle que soit leur importance, sont inexcusables.

Utiliser du nom Shorinji Kempo pour d'autres activités, transmettre les enseignements et les techniques du Shorinji Kempo alors qu'on n'en fait pas partie... Si ce genre de comportements frauduleux sont découverts, informez-en UNITY.

Plus les dommages sont faits dans la durée, plus leur influence est importante. Plus le problème prend de l'importance, plus il faudra du temps et de l'énergie pour le résoudre. Il est important que vous collaboriez à la découverte et à la résolution rapide de ces problèmes.

※ Utilisation erronée du nom.

Il est erroné d'utiliser « Shorinji » ou « Shorinken » pour désigner l'activité de Shorinji Kempo. Il est erroné d'utiliser « Shorinji Kempo » pour désigner le Songshan Shaolin ou le Shorin Bujutsu.

Si vous découvrez ce type d'utilisation erronée, contactez les numéros suivants : Fédération mondiale de Shorinji Kempo (WSKO) : +81-877-32-2577 / Courriel : wskohq@shorinjikempo.or.jp

● ※ Porter atteinte à la propriété intellectuelle d'autres personnes.

Il est tout aussi important pour nous de ne pas porter atteinte à la propriété intellectuelle d'autres personnes. Par exemple, « Shorinji Kempo » et « Shorinji » se ressemblent, mais sont deux marques différentes. Si « Shorinji » se trouve inscrit sur les produits et les tenues de Shorinji Kempo, c'est le Shorinji Kempo qui se portera atteinte à la marque « Shorinji ».

Notre marque « Shorinji Kempo » se compose de 2 mots (5 caractères en japonais : 少林寺拳法) et la marque « Shorinji » se compose d'un mot (3 caractères en japonais : 少林寺).

Le terme « Kempo » est un nom commun en japonais, mais dans la combinaison « Shorinji Kempo » devient un nom propre. Pour éviter des atteintes à notre propriété intellectuelle et à la propriété intellectuelle d'autres personnes, il est important d'utiliser les noms et marques correctement.

5. Création de matériel de communication

● Rubriques à vérifier soi-même avant de procéder à un plan de communication

- Est-ce que la formation de l'individu en tant qu'objectif du groupe est clairement exprimée ?
- Est-ce que le contenu présente la pratique comme un art martial extrême en dénigrant son aspect formateur ?
- Est-ce que le contenu abaisse la valeur du Shorinji Kempo ?
- Est-ce que la confusion avec les arts martiaux chinois est évitée ?
- Est-ce que le droit d'utilisation de l'emblème et le logo est acquis ?
- Est-ce que le contenu porte atteinte au droit de la propriété intellectuelle d'autres personnes (marques, droit d'auteur, droit à l'image, droit de la conception) ?
- Est-ce que le contenu pourrait porter préjudice à d'autres groupes ou d'autres individus ?
- Est-ce que les éléments à transmettre sont clairs ?
- Est-ce que le contenu n'est pas inapproprié ?
- Est-ce que le contenu est vrai ?
- Est-ce que le contenu correspond à la cible ?
- Est-ce que les données chiffrées (nombre de pratiquants, nombre de sections) sont vraies ?

● Reproduction des illustrations

Pour reproduire sur des sites internet ou des produits des illustrations trouvées dans le matériel pédagogique du Shorinji Kempo ou dans ses imprimés divers, il est nécessaire de prendre le contact de l'éditeur du matériel d'origine.

Les illustrations fournies par des créateurs ne peuvent être utilisées que dans des limites très strictes.

6. autrement

En ce qui concerne les boucliers, le manji (卍) ou l'emblème du Kongo Zen Sohonzan Shorinji, seules les utilisations suivantes sont autorisées.

- ① Affichage sur les accessoires religieux (nenjū, kesa, kōro, kakejiku, etc.)
- ② Affichage sur le drapeau et les rideaux du temple (rideau de l'autel, tentes, etc.)
- ③ Autels (arrière et côtés de la déité principale)

Chapitre 2. Règles relatives à l'utilisation de l'emblème et du logo

1. Agrément

L'emblème et le logo du Shorinji Kempo (« l'emblème et le logo » ci-dessous) sont gérés par UNITY et l'autorisation d'UNITY est requise pour leur utilisation.

Cependant, les directeurs de section qui ont suivi les formations VALUE-LEVEL-UP organisées par UNITY et qui ont reçu délégation de droits en ce qui concerne l'utilisation de la propriété intellectuelle et de la marque, peuvent utiliser la marque dans le cadre de la délégation de droit et dans le respect du contenu du présent guide.

L'utilisation de l'emblème et du logo pour les souvenirs, articles, tenues, sites internet, imprimés requiert une demande d'autorisation pour utilisation de marque adressée à la fédération d'attachement ou au secrétariat du WSKO, voir p. 40-41, « Déroulement d'une demande d'autorisation pour utilisation de marque ».

2. La marque SHORINJI KEMPO

Pour hériter de l'ambition de formation de l'individu que portait Kaisō et pour éviter que la propriété intellectuelle qui consiste en l'enseignement, les techniques et le système éducatif du Shorinji Kempo ne soit violée, copiée ou abusée, l'emblème et le logo du Shorinji Kempo qui sont à la base de notre activité ont été enregistrés en tant que marques de service. Leur utilisation est protégée par la loi.



3. Remarques relatives à l'utilisation des designs de base pour l'emblème et le logo

Le design de base et les règles et standards d'utilisation de l'emblème et du logo sont clairement définis. Le design de base est fourni sous forme de données parmi lesquelles on peut choisir une conception appropriée. Lors de l'utilisation de l'emblème et du logo, utiliser la marque combinée.

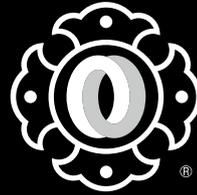
[Types de marque combinée]

La marque combinée est présentée en pages 32-33. On y trouve 4 types de motifs combinés avec l'emblème et le logo. Ces quatre types sont déclinés en 3 types de coloris et 2 types de coloris de fond. Pour que les parties rouges et jaunes de l'emblème et du logo ne disparaissent pas dans la couleur de fond, un motif de fond spécifique à ces deux couleurs est fourni.

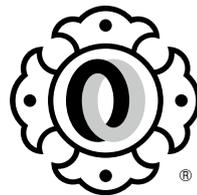
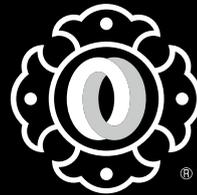
Il est fortement suggéré d'utiliser la marque combinée à trois niveaux ainsi que le type en quadrichromie tout en considérant la couleur de fond foncée (noir) ou claire (blanc).

Pour l'équilibre de l'ensemble il est également possible d'utiliser les motifs horizontaux A, B ou verticaux. Par ailleurs, en ce qui concerne l'impression, si la quadrichromie n'est pas utilisable, préférez un motif en trichromie ou en bichromie.

Lors de l'utilisation de la marque combinée, utilisez les données fournies par UNITY. La modification de l'assemblage de l'emblème et du logo, de leur rapport, de leurs couleurs n'est pas autorisée.

Type 4 couleur	Type 3 couleur	Type 2 couleur
 <p>SHORINJIKEMPO 少林寺拳法</p>	 <p>SHORINJIKEMPO 少林寺拳法</p>	 <p>SHORINJIKEMPO 少林寺拳法</p>
 <p>SHORINJIKEMPO 少林寺拳法</p>	 <p>SHORINJIKEMPO 少林寺拳法</p>	 <p>SHORINJIKEMPO 少林寺拳法</p>

I. Marque combinée à 3 niveaux

Type 4 couleur	Type 3 couleur	Type 2 couleur
 <p>SHORINJIKEMPO</p>	 <p>SHORINJIKEMPO</p>	 <p>SHORINJIKEMPO</p>
 <p>SHORINJIKEMPO</p>	 <p>SHORINJIKEMPO</p>	 <p>SHORINJIKEMPO</p>

II. Marque combinée verticale A

Type 4 couleur	 <p>SHORINJIKEMPO</p>	 <p>SHORINJIKEMPO</p>
Type 2 couleur	 <p>SHORINJIKEMPO</p>	 <p>SHORINJIKEMPO</p>
Type 3 couleur	 <p>SHORINJIKEMPO</p>	 <p>SHORINJIKEMPO</p>

III. Marque combinée verticale B

IV. Marque combinée horizontale

Type 4 couleur		
Type 2 couleur		
Type 3 couleur		

- Utilisation séparée de l’emblème, du logo en caractères japonais, du logo en lettres alphabétiques

L’utilisation séparée de l’emblème, du logo en caractères japonais, du logo en lettres alphabétiques n’est pas autorisée. Dans le cas où une marque combinée est utilisée sur un média, il est possible d’envisager l’utilisation séparée de l’emblème et du logo en considérant l’équilibre de l’ensemble. Le logo en caractères japonais, le logo en lettres alphabétiques, le motif, les couleurs sont déterminés (voir p. 33, 34), il n’est pas autorisé de modifier la police de caractères pour les caractères japonais ou pour l’alphabet. Comme pour la marque combinée, il faut utiliser les données de la marque officielle fournies par UNITY. Pour imprimer des motifs ou faire des broderies sur des t-shirts ou autres vêtements, la forme, le rapport, il faudra s’entretenir avec le fabricant pour faire correspondre les couleurs et la forme du motif de la marque.

[Types de marque indépendante]

I. Emblème (3 types)

Type 4 couleur	Type 3 couleur	Type 2 couleur
		

II. Logo en caractères alphabétiques

背景色(白)		
背景色(黒)		

III . Logo en caractères japonais

K70%

少林寺拳法®

K100%

少林寺拳法®

Couleurs inversées



K70%

少林寺拳法®

K100%

少林寺拳法®

Couleurs inversées



4. Isolation de l'emblème sur la couleur de fond

Dans les cas où l'emblème et le logo sont imprimés à un emplacement ou avec un fond en caractères ou en illustrations, photos, motifs qui rendent plus difficile leur reconnaissance, il faut isoler l'emblème et le logo avec une marge blanche comme indiqué ci-dessous.

L'isolation requise est par principe de 10 % de la hauteur de la marque affichée.

◆ Exemples d'isolation

	Mauvais exemples ✕	Bons exemples ○
La marque ne se distingue pas du fond	 拳禪一如・力愛不二	 拳禪一如・力愛不二
La marque combinée et le logo/logo de l'événement d'un autre groupe ne se distinguent pas	 SHORINJI KEMPO COOL WONDER FESTIVAL in 2010	 SHORINJI KEMPO COOL WONDER FESTIVAL in 2010

Créer une isolation
autour de l'emblème
et du logo de 10 %
de la hauteur totale



Considérer la hauteur totale de la marque
comme étant 100 %

※ La marge doit être de 10 % de la hauteur
de l'ensemble emblème+logo.

※ La marge blanche autour de l'emblème et
du logo l'isole de l'arrière-plan
Cette partie ne peut pas contenir de
caractères ou de motifs.

5. Identification de l'emblème

- Dans les cas où l'emblème et le logo sont noyés dans la couleur ou les motifs du fond

Quand l'emblème et le logo sont noyés dans la couleur ou les motifs de fond, leur capacité à être clairement identifiés est considérablement réduite.

Comme on le voit dans les cas suivants, dans le cas de couleurs de fond foncées ou claires, on peut inverser les couleurs, utiliser l'emblème et le logo pour fonds rouges ou jaunes, ou encore utiliser une isolation pour renforcer leur identification. Si la couleur de fond est jaune ou rouge, utiliser les données de l'emblème et du logo pour fonds rouges ou jaunes.



- Éviter que l'emblème et le logo ne se noient dans la couleur de fond

Quand l'emblème et le logo se fondent dans la couleur de fond, il y a des cas où les motifs de coloris différent des modèles de base, il faut donc faire attention à utiliser les motifs en grille ou de changer la couleur de l'emblème.

	Mauvais exemples ×	Bons exemples ○
La marque ne se distingue pas du fond		

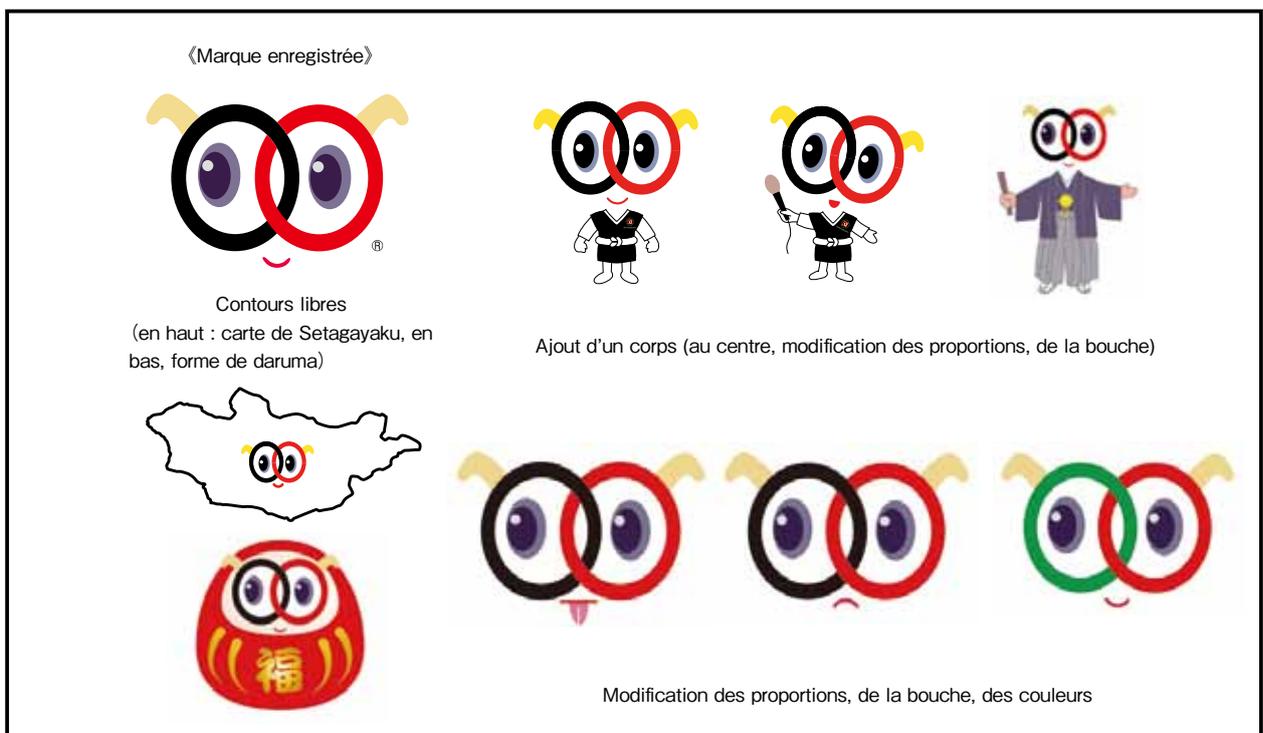
◆ Taille minimale d'affichage de l'emblème et du logo

En ce qui concerne la marque combinée, 20 mm ou plus pour le type à trois niveaux, 15 mm ou plus pour les types verticaux A et B, 7 mm ou plus pour le type horizontal ou pour l'emblème et le logo utilisés séparément.



6. Utilisation de Wa-Tsu

Wa-Tsu est un motif en forme d'œil qui a pour fonction de protéger et d'accompagner la pensée de Kaisō et l'esprit du Shorinji Kempo. Ce œil est composé des lunettes de Kaisō et représente l'harmonie entre l'amour et la force. L'utilisation de Wa-Tsu est libre. Vous pouvez lui ajouter un corps, un contour, modifier les proportions ou la forme de la bouche, les couleurs utilisées. L'utilisation de Wa-Tsu ne requiert pas d'autorisation.



- ◆ Liste de vérification relative à l'utilisation de l'emblème et du logo et de la communication
- Vérifiez toutes les rubriques suivantes (mettre une marque dans la boîte une fois la vérification faite.)

Rubrique		Remarques
1. Conservation des documents utilisés pour les vérifications		
<input type="checkbox"/>	<p>Conservation des documents : conservation des documents utilisés pour les vérifications Lors d'une commande externe ou à destination d'un responsable d'un groupe auquel vous êtes rattaché, il faut conserver les documents indiquant l'objectif et la méthode d'utilisation de l'emblème et du logo pour vérification.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser ces documents pour vérifier les prototypes, les planches de préimpression et le modèle final. • Conservez les documents pour vérification des rubriques suivantes. 	
2. Est-ce que l'emblème et le logo sont utilisés correctement ?		
① Composition		
<input type="checkbox"/>	Est-ce que la marque combinée est utilisée ? Il n'est pas possible d'utiliser les composants de la marque de manière indépendante.	
<input type="checkbox"/>	Est-ce que les caractères alphabétiques sont corrects ?	
② Forme et couleurs		
<input type="checkbox"/>	Déformation : est-ce que l'emblème et le logo sont séparés ou déformés ? Est-ce que la forme a subi des transformations ?	
<input type="checkbox"/>	Proportion : est-ce que les proportions respectives de l'emblème et du logo sont respectées ? Est-ce que les proportions verticales et horizontales sont respectées ?	
<input type="checkbox"/>	Couleurs : est-ce que les couleurs de l'emblème et du logo sont correctes ?	
<input type="checkbox"/>	Flous : est-ce que l'emblème et le logo sont flous ?	
<input type="checkbox"/>	Est-ce que l'utilisation des caractères alphabétiques est bien visible ? « SHORINJI KEMPO » « Shorinji Kempo »	
③ Fond, équilibre		
<input type="checkbox"/>	Est-ce que le fond rend l'ensemble peu clair ou peu agréable à regarder ?	
<input type="checkbox"/>	Est-ce que la présence d'autres motifs ne déséquilibre pas l'impact de l'emblème et du logo ?	
④ Marge		
<input type="checkbox"/>	Est-ce qu'une marge suffisante est présente ?	
<input type="checkbox"/>	Est-ce que la distance avec les autres motifs ou autres textes est appropriée ?	
3. Est-ce que les termes choisis sont appropriés ? Est que le droit d'auteur d'autres personnes est enfreint ?		
* Est-ce que les règles de propriété intellectuelle du Guide VALUE-LEVEL-UP sont respectées ? Est-ce que les caractères utilisés sont corrects (fautes d'orthographe, etc.) ? Est-ce que le droit de la propriété intellectuelle, le droit de l'image, le droit d'auteur sont enfreints ?		
<input type="checkbox"/>	Est-ce que les caractères utilisés sont corrects ?	
<input type="checkbox"/>	Est-ce que les inscriptions et termes particuliers sont correctement utilisés ? Ex. : Pratiquer le Shorinji Kempo → oui / Faire du Shorinji Kempo → non	
<input type="checkbox"/>	Est-ce que le contenu porte atteinte au droit de la propriété intellectuelle, au droit d'auteur, au droit à l'image d'autres personnes ? • Attention : même sur des matériaux Shorinji Kempo, ces droits existent.	
4. Qualité et impact social		
* Est-ce que le contenu abaisse l'image du Shorinji Kempo, de Kaisō, de Shike ?		
<input type="checkbox"/>	Qui est le destinataire du contenu ? Qui en est l'origine ? Est-ce que le contenu a la qualité appropriée à ce destinataire ?	
<input type="checkbox"/>	Est-ce que vous pouvez prendre l'entière responsabilité du contenu ? Est-ce que celui-ci peut avoir un impact social négatif ? • Est-ce que le contenu peut être interprété de manière inappropriée ou dangereuse ? Ex : « Avec le Shorinji Kempo, vous êtes sûrs de maigrir ! » → Non	
<input type="checkbox"/>	Est-ce que le contenu respecte Kaisō, Shike, les représentants officiels et n'utilise pas d'expressions impolies ou inappropriées pour les décrire ?	

4e Partie. Licence

◆ Activités d'agrément

UNITY est l'organisation qui se charge des activités d'agrément pour fabrication et vente (conception) de produits qui utilisent la marque (emblème et logo) qui constitue la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo.

Les revenus acquis dans le cadre de cette activité sont utilisés pour enregistrer et renouveler les marques dans le monde entier, pour protéger le nom de Shorinji Kempo et pour effectuer des opérations de communication. Ils sont également utilisés pour la protection de notre propriété intellectuelle et pour développer la communication.

Chapitre 1. Développement des activités utilisant l'emblème et le logo

Les produits faisant usage de la marque regroupent les tenues de pratique, ceintures, tenues religieuses et autres tenues officielles, ainsi que les autres objets manufacturés.

1. Tenues de pratique, ceintures, tenues religieuses et autres tenues officielles

Les tenues utilisées lors de la pratique du Shorinji Kempo sont les tenues de pratique, ceintures et tenues religieuses officielles. Pour indiquer leur caractère officiel, une étiquette d'agrément est attachée aux tenues de pratique, ceintures, tenues religieuses.

La tenue du programme Santé du Shorinji Kempo est un uniforme spécifique.

Les tenues de pratique, ceintures, tenues religieuses et uniformes officiels sont vendus par des entreprises reconnues par UNITY.

- K.K. Ozaki : TÉL. +81-877-33-3567 FAX : +81-877-30-5860 <http://www.ozaki-sk.co.jp>
- K.K. Maekawa Shoten : TÉL. +81-877-32-2438 FAX : +81-877-33-4066 <http://www.maekawashouten.co.jp>

公認道衣・帯・法衣



Gold Label



Black Label



White Label



Super Cool

[Remarque 1] : inscription du nom sur une tenue de pratique

Sur une manche du haut de la tenue de pratique, sur sa partie basse ainsi que sur le bas de la tenue.

Il n'est pas possible d'inscrire son nom sur une autre partie de la tenue de pratique.

※ L'inscription se limite en général au nom de famille, mais il est possible d'inscrire le nom et le prénom en cas de demande.

[Remarque 2] : inscriptions sur la ceinture

Pour ne pas porter atteinte à la confiance portée au Shorinji Kempo, seuls les contenus suivants sont autorisés.

[inscriptions autorisées sur la ceinture] ※ le nom peut être inscrit en katakana

① Nom du groupe, nom du groupe d'appartenance, nom et prénom

Shorinji Kempo (少林寺拳法), World Shorinji Kempo Organization (少林寺拳法世界連合), etc.

② Termes utilisés dans la pratique du Shorinji Kempo ※ exclusivement en kanji

拳禪一如, 力愛不二, 守主攻從, 不殺活人, 剛柔一体, 組手主体, 自己確立, 自他共樂, 脚下照顧, 漸々修学, 護身練胆, 精神修養, 健康増進, 不撓不屈, 天地陰陽, 幸福運動, 一期一会, 一生懸命, 身心一如, 真純單一, 協力一致, 身心練磨, 心・氣・力, 平常心, 生涯修行, 一志一道, etc., termes qui sont utilisés dans l'enseignement.



2. Étiquette d'agrément

Par accord contractuel avec UNITY, les articles utilisant la marque doivent indiquer leur caractère officiel en attachant une étiquette d'agrément.

① Nom de l'organisation : attaché aux tenues de pratique, ceintures, tenues religieuses et autres produits textiles

② Étiquette hologramme : appliqué à l'emballage des produits autres que tenues de pratique, ceintures, tenues religieuses.

※ Une feuille d'étiquette comporte 48 étiquettes. Les étiquettes ne sont pas vendues à l'unité.

Remarque : les produits qui utilisent la marque, mais qui n'affichent pas l'étiquette d'agrément peuvent ne pas avoir été officialisés par UNITY. Si vous trouvez ce genre de produits, contactez le secrétariat de la WSKO (wskohq@shorinjikempo.or.jp).

3. Articles manufacturés

Les souvenirs (t-shirt, badges) et autres petits objets (presse-papier, tasse, serviette) utilisant la marque sont un moyen pour les pratiquants et les parents de faire plus apprécier et connaître le Shorinji Kempo. Nous vous encourageons à créer des souvenirs et autres petits objets utilisant la marque.

Les articles suivants qui ne sont pas destinés à la vente ne demandent pas d'autorisation. L'autorisation est nécessaire en cas de mise en vente.

- En-tête de lettre, enveloppes, bulletin du dōjō
- Posters, tracts, dépliants pour compétition ou événement
- Drapeau, drapeau du groupe (de la section)
- Panneau (article de propriété immobilière)

Carte de visite (pour utilisation individuelle)

◆ Exemples d'articles utilisant la marque

Pour créer des articles utilisant la marque et destinés à la vente, l'autorisation d'utilisation de la marque par UNITY est requise, tout comme un contrat avec le fabricant.

- Médailles, boucliers, trophées
- T-shirts, polos, vestes, blousons, manteaux, etc.
- Sacs, serviettes, coiffes
- Tasses, bannières

4. Types de contrats

① « Contrat relatif à la transmission des données de l’emblème et du logo »

Contrat signé avec le fabricant pour la transmission des données dans l’intention de créer des articles non destinés à la vente.

※ Le contrat est signé entre le fabricant et UNITY ou bien la personne autorisée à utiliser la marque (groupe ou directeur).

② « Contrat d’agrément pour la fabrication d’un produit »

Pour la création d’articles destinés à la vente, le contrat est signé entre UNITY et le fabricant.

③ « Engagement écrit relatif à l’utilisation des données de l’emblème et du logo »

Contrat signé avec le fabricant lors de la transmission des données pour création d’un prototype.

5. Fabricant agréé et fabricant non agréé

Un fabricant agréé est un fabricant qui, par un contrat signé avec UNITY (Contrat d’agrément pour la fabrication d’un produit), est autorisé à créer et à vendre un produit dans le cadre du contrat (article spécifié dans le document de projet de vente).

Un fabricant non agréé est tout fabricant qui n’a pas été agréé. La création d’articles s’effectue selon les étapes suivantes.

Étapes	Demande d’autorisation pour utilisation de marque	Contrat relatif à la transmission des données de l’emblème et du logo	Contrat d’agrément pour la fabrication d’un produit
Article Produits non destinés à la vente	Géré en interne à la WSKO. Pas de demande à UNITY.	Contrat signé entre le fabricant et la personne autorisée à utiliser la marque (groupe ou directeur).	—
	Les personnes non autorisées à utiliser la marque doivent passer par la WSKO pour effectuer la demande auprès d’UNITY.	Contrat signé entre UNITY et le fabricant	—
Produits destinés à la vente	Le créateur doit passer par la WSKO pour effectuer la demande auprès d’UNITY.	—	Contrat signé entre UNITY et le fabricant.

※ Si le fabricant est agréé, le commanditaire (demandeur) n’a pas besoin d’effectuer une demande d’autorisation pour utilisation de marque.

※ Si le fabricant n’est pas agréé, il est nécessaire d’effectuer une demande d’autorisation pour utilisation de marque à chaque nouvelle création.

※ Pour la création de prototypes, transmettre au fabricant un engagement écrit relatif à l’utilisation des données de l’emblème et du logo.

«Déroulement de la procédure»

① Le demandeur d’utilisation de marque (ci-dessous le « demandeur ») effectue une demande de prototype au fabricant.

※ Le demandeur signe un « Engagement écrit relatif à l’utilisation des données de l’emblème et du logo » avec le fabricant.

② Le demandeur (ou le fabricant) envoie la demande d’autorisation pour utilisation de marque ainsi que le

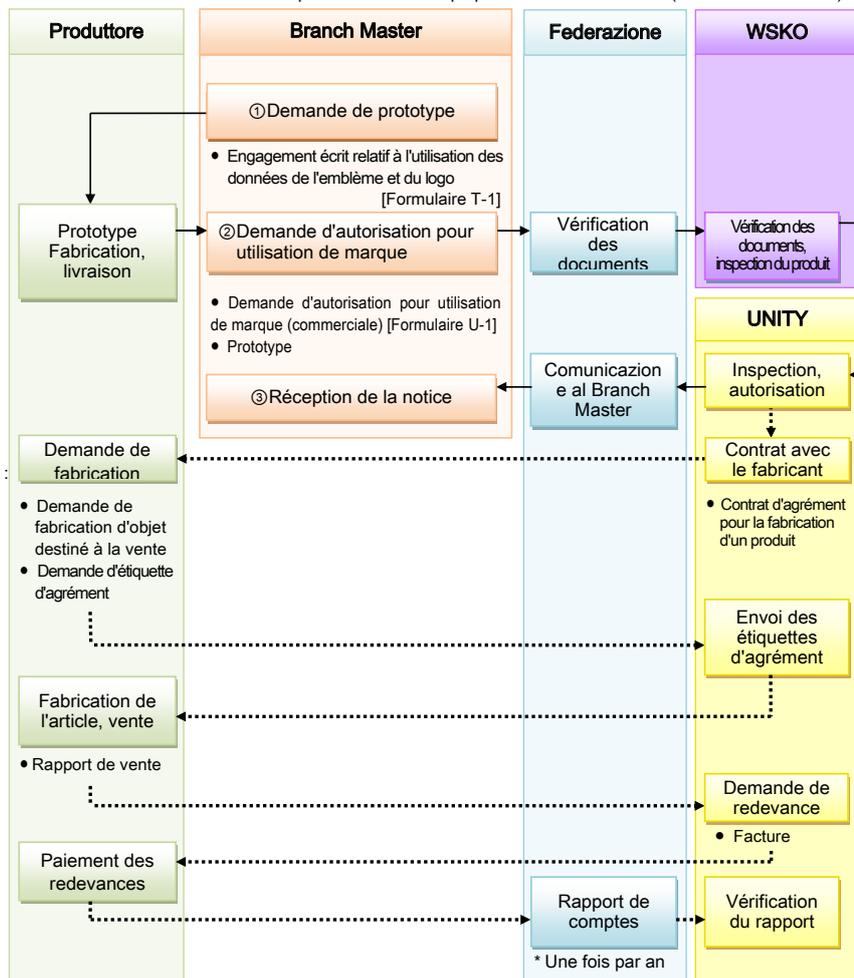
- prototype à la fédération pour les pays qui ont une fédération, à la WSKO pour les pays qui n'en ont pas.
- ※ Si la fédération n'a pas été autorisée à utiliser la marque, envoyer à la WSKO par l'intermédiaire de la fédération.
 - ※ Pour les produits destinés à la vente, envoyer à UNITY par l'intermédiaire des groupes correspondants.
- ③ La fédération ou la WSKO examinent le contenu et accordent l'autorisation d'utiliser la marque au demandeur (ou au fabricant) si le contenu respecte les règles.
 - ※ Dans le cas de produits destinés à la vente, c'est UNITY qui accorde l'autorisation d'utiliser la marque.
 - ④ Le demandeur et le fabricant signent un Contrat relatif à la transmission des données de l'emblème et du logo.
 - ※ Pour la vente, continuer ci-dessous après ③
 - ⑤ UNITY et le fabricant signent un Contrat d'agrément pour la fabrication d'un produit.
 - ⑥ Le fabricant envoie à UNITY une Demande de fabrication d'objet destiné à la vente.
 - ⑦ Le fabricant effectue auprès d'UNITY une demande d'étiquette hologramme à l'aide d'une demande d'étiquette d'agrément.
 - ⑧ Le fabricant envoie à UNITY un rapport de vente après que la fabrication ou la vente s'est achevée.
 - ⑨ UNITY effectue une demande de redevances au fabricant sur la base du rapport de vente.
 - ⑩ Le fabricant effectue le paiement pour les redevances à UNITY dans les 15 jours suivant la facturation.

Remarque 1 : les redevances représentent 8 % de la valeur de vente d'un produit destiné à la vente. Les produits non destinés à la vente ne font pas l'objet de redevances.

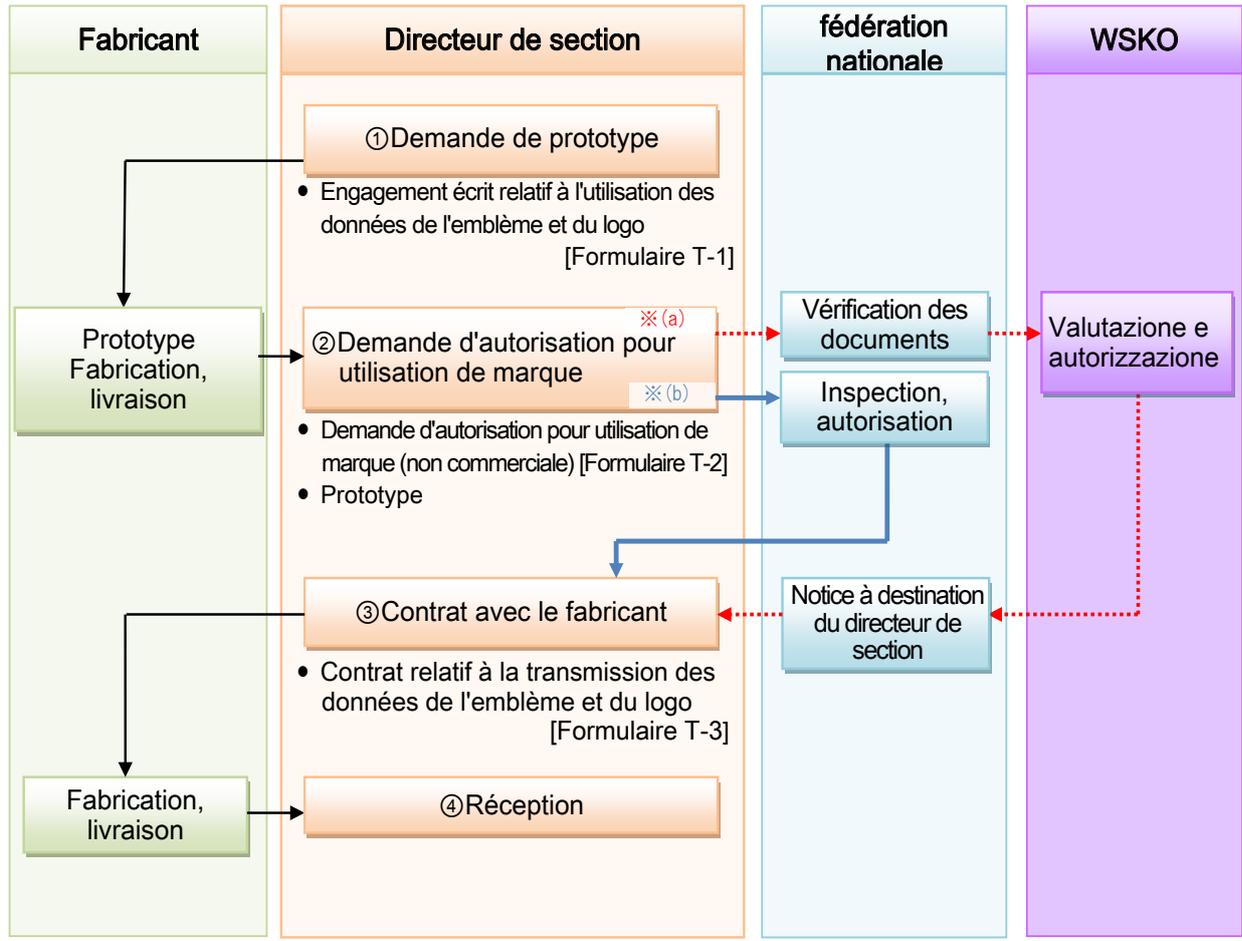
Remarque 2 : dans le cas d'une commande auprès d'un fabricant agréé, c'est le fabricant agréé qui effectue la demande d'autorisation pour utilisation de marque.

Déroulement d'une demande d'autorisation pour utilisation de marque pour les membres ordinaires (dans un but commercial)

Déroulement d'une demande d'autorisation pour utilisation de marque pour les membres ordinaires (dans un but commercial)

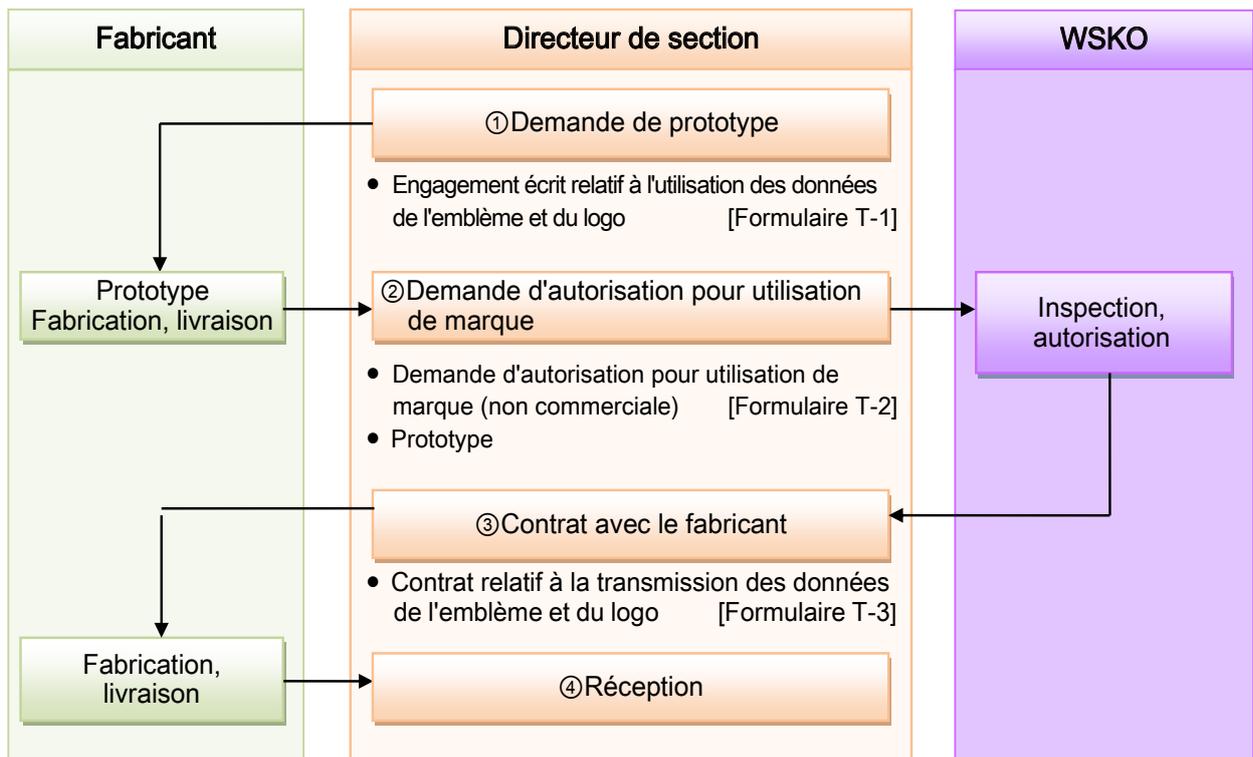


Déroulement d'une demande d'autorisation pour utilisation de marque pour les membres ordinaires (dans un but non commercial)



*(a) Dans le cas où la fédération n'est pas autorisée à utiliser la marque
 *(b) Dans le cas où la fédération est autorisée à utiliser la marque

Déroulement d'une demande d'autorisation pour utilisation de marque pour les membres associés (dans un but non commercial)



Chapitre 2. Utilisation de l’emblème et du logo

(1) Processus spéciaux

Dans le cas de produits pour lesquels les couleurs spécifiées n’apparaissent pas à cause de processus de fabrication spéciaux (estampage du cuir, travail du métal pour médailles, boutons et autres, travail du cristal et du verre, etc.) et dont l’utilisation est considérée comme importante et nécessaire, l’utilisation de la marque peut être autorisée.

Exemple de processus spécial : médailles



(2) Exceptions

Les couleurs de l’emblème et du logo sont par principe déterminées. D’autres manières d’afficher l’emblème et le logo sont autorisées à titre exceptionnel pour les utilisations demandant une attention particulière telles que les manuels d’enseignement du Shorinji Kempo ou les certificats officiels. Ces cas sont autorisés par le représentant officiel d’UNITY.



(3) Affichage du signe de marque déposée ®

L’emblème et le logo du Shorinji Kempo sont des marques déposées. Le signe de marque déposée est affiché de la manière suivante.



SHORINJIKEMPO® KU®

少林寺拳法® 拳法®

(4) Exemples d'affichage de l'emblème et du logo

① Drapeaux

Les Organisations du Groupe Shorinji Kempo spécifient l'usage d'un drapeau (voir ci-dessous). Il n'y a pas d'autre drapeau reconnu par les Organisations du Groupe Shorinji Kempo.

Dans des cas exceptionnels où il est nécessaire de créer un drapeau hors spécification, prenez le contact du secrétariat de la WSKO au préalable pour demander conseil avant la fabrication.



少林寺拳法世界連合 支部旗

② Bannières

- Bannières utilisant l'emblème et le logo.

Une bannière utilisant l'emblème et le logo est accrochée au shomen pendant la pratique.



Bannière suspendue avec emblème et logo

③ Autocollants, badges

- Les autocollants n'affichant que l'emblème et le logo ne peuvent être créés que par UNITY.
Les tampons affichant l'emblème et le logo et autres produits qui ne permettent pas le contrôle du lieu d'affichage de l'emblème et du logo ne sont par principe pas autorisés.
Cependant, les autocollants qui affichent un slogan aguichant ou les coordonnées de la section en plus de l'emblème et du logo sont autorisés.
- Les autocollants affichant l'emblème et le logo en plus des termes qui illustrent les fondements du Shorinji Kempo : « 自己確立 », « 自他共楽 » ou ses 6 termes caractéristiques : « 拳禪一如 », « 力愛不二 », « 守主攻従 », « 不殺活人 », « 剛柔一体 », « 組手主体 », sont autorisés.
- La fabrication de badges est autorisée au Japon. Cependant, l'affichage séparé de l'emblème et du logo ou leur déformation n'est pas autorisé. C'est la marque combinée qui doit être utilisée.
- Le motif de l'autocollant ou du badge ne peut porter atteinte à l'enseignement et à la dignité du Shorinji Kempo. Dans tous les cas, une demande d'autorisation pour utilisation de marque est nécessaire.

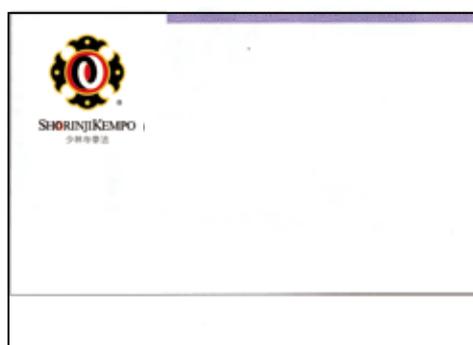
4. Cartes de visite

- Leur design est spécifié par la WSKO. Leur fabrication est autorisée dans ce cadre.
- Dans des cas exceptionnels (par exemple, si la création de cartes de visite est obligatoire dans l'organisation qui supervise une section ou un club de Shorinji Kempo, autre que la fédération de Shorinji Kempo) où la carte ne correspond pas aux spécifications, ne procédez à sa création qu'après avoir pris le contact de la WSKO et après avoir obtenu son autorisation.
- Une demande n'est pas nécessaire dans les cas où l'emblème et le logo ne sont pas utilisés. Cependant, basez-vous sur les critères de l'organisation pour la différenciation des groupes.

※ La commande de cartes de visite se fait auprès de la Fédération de Shorinji Kempo en passant par le secrétariat de la WSKO, et la fabrication se fait auprès d'un fabricant agréé. Les personnes autorisées à utiliser des cartes de visite sont le directeur et les cadres de section qui ont été déclarés au préalable.

※ Utiliser la marque combinée à trois niveaux.

※ Pour toutes questions, le pratiquant concerné ou le directeur de section peut prendre le contact du secrétariat de la WSKO.



CMYK
C27 Y30

PANTONE
264C

DIC
905

5e Partie. Pratique du VALUE-LEVEL-UP

Comme nous l'avons vu dans la 1re partie, « Signification de VALUE-LEVEL-UP », Le VALUE-LEVEL-UP est l'activité qui assure l'accroissement des valeurs que porte le Shorinji Kempo, l'accroissement de la confiance qu'il inspire ainsi que sa transmission aux générations futures.

La création du Shorinji Kempo a pour origine la décision du fondateur, Sō Dōshi (Kaisō) de créer des individus pour une société pacifique et riche. Le Shorinji Kempo est né de ce vœu et existe aujourd'hui dans 37 pays. Et cette volonté de Sō Dōshi de créer des individus dans une société pacifique et riche existe aujourd'hui comme point commun de la pratique dans le monde entier. Aujourd'hui, au Japon, de nombreuses activités sont mises en place pour transmettre la pensée de Sō Dōshi le plus largement possible. Par exemple, le mois de mai est chaque année le moment des célébrations religieuses du « Sō Dōshi Day ». À Tadotsu, là où le Groupe Shorinji Kempo est basé, un festival du Bodhidharma est organisé. À chaque fois qu'un média nous approche, nous insistons sur le fait que l'activité a pour objectif la création d'individus pour une société pacifique et riche.

Le mois du « Sō Dōshi Day » n'est pas une exclusivité japonaise, mais est également organisé à l'étranger.

La pratique des techniques sur le dōjō est bien sûr importante, mais simultanément, la transmission de la pensée de Sō Dōshi et sa mise en pratique est également importante. Pour créer ces individus, il faut bien sûr créer des connaissances. Le terme « Kumite Shūtai » signifie non seulement le partenaire dans la pratique, mais également l'ensemble des connaissances qui pratiquent avec soi et qui visent plus haut ensemble. La volonté de Sō Dōshi est ainsi appréhendée en groupe pour être plus facilement transmise dans la société. Il est très important que vous compreniez l'objectif du VALUE-LEVEL-UP, pour que vous puissiez promouvoir la création d'individus, l'augmentation de ses connaissances et pour que vous puissiez vous impliquer dans ces activités qui sont utiles à la société.



▲ Festival du Bodhidharma (Japon) ▲



▲ Nettoyage d'un hôpital (Tanzanie)



▲ Festival des bonsais (Amérique du Nord)



▲ Beach marathon (Amérique du Nord)



▲ Nettoyage d'une plage (Amérique du Nord)



▲ Peinture d'une école (Amérique du Nord) ▲



▲ Lavage de voitures de charité (Amérique du Nord) ▲



▲ Présentation de la culture japonaise (Amérique du Nord) ▲



6e Partie. Autres

◆ Remarques relatives à la gestion de la propriété intellectuelle

1. Gestion de la marque

Pour protéger ce bien unique au monde qu'est le Shorinji Kempo, UNITY organise l'enregistrement et la gestion mondiale légale de la marque aussi bien au Japon que dans tous les pays où le Shorinji Kempo est présent soit en tant que fédération soit en tant que section.

Pour éviter l'attribution non autorisée de ces droits, il est nécessaire de respecter le droit.

① Droit des marques

Les noms et marques destinés à opérer une distinction entre les services fournis par deux entités sont protégés par ce droit. Le renouvellement du droit de marque est autorisé. Le droit est applicable dès la date d'enregistrement pour une durée de 10 ans. Il est possible de renouveler l'enregistrement pour une nouvelle période de 10 ans pour aboutir à un résultat quasi permanent. Cependant, dans le cas d'une marque, il est nécessaire de prouver son utilisation réelle.

② Droit d'auteur

C'est un droit reconnu aux personnes qui expriment leurs pensées et leurs émotions de manière créatrice sous la forme d'expressions langagières, de musique, d'image, d'architectures, de dessins, de films, de photographies, de programmes informatiques et il gouverne l'utilisation de ces créations. Le droit d'auteur est considéré comme les brevets, le droit de marque comme constituant la propriété intellectuelle.

③ Droit à l'image

Ce droit gouverne l'utilisation de sa propre image qui ne peut être capturée, transférée sur un média, imprimée ou rendue publique sans autorisation, ou bien sans raison valable. Par conséquent, l'image de personnes autres que soi, par exemple des vues claires du visage d'une personne en photo ou en vidéo lors d'une rencontre, ne peut être rendue publique sur internet ou autres médias sans l'autorisation des personnes concernées. Leur autorisation (ou celle des parents pour les mineurs) est requise, et le directeur d'une section devra vérifier si les autorisations individuelles ou de groupe ont bien été données.

④ Droits d'auteur sur la musique

C'est le droit de l'auteur ou du compositeur qui gouverne l'utilisation (ou son interdiction) d'une

[Remarques]

Les personnes qui veulent utiliser des œuvres d'autres personnes doivent obtenir l'accord du détenteur des droits. Une utilisation non autorisée est une atteinte aux droits d'auteur. En plus d'amendes, il est possible que le détenteur des droits fasse une demande d'interdiction ou de dommages.

Au Japon, une infraction individuelle au droit d'auteur, aux droits de la personne, aux droits voisins, aux droits de publication peut résulter en au plus 10 ans d'emprisonnement, 10 millions de yens d'amende, ou une punition équivalente. Dans le cas d'une organisation, l'amende peut aller jusqu'à 300 millions de yens. Ici aussi, il peut y avoir demande d'interdiction ou de dommages.

œuvre musicale, dans le cadre du droit d'auteur. Au Japon, le droit d'auteur est protégé 50 ans après le décès du créateur. Une fois la période de protection passée, l'œuvre passe dans le domaine public et chacun peut l'utiliser librement. Les droits relatifs aux œuvres musicales sont divisés en fonction de l'utilisation de l'œuvre. Il existe le droit d'interprétation et d'exécution, le droit de transmission en public, le droit de projection vidéo, le droit de reproduction (impression, enregistrement sonore ou vidéo) et le droit de prêt.

La chanson thème du Shorinji Kempo est elle aussi couverte par le droit d'auteur. Son utilisation est autorisée lors de cérémonies ou de rencontres, mais les arrangements ou l'utilisation à but commercial requièrent l'autorisation d'UNITY. La chanson thème du Shorinji Kempo, « Hitori hitori no kokoro ni fukaku » étant enregistrée auprès du JASRAC (Japanese Society for Rights of Authors, Composers and Publishers), la reproduction pour usage individuel est permise, mais la reproduction et la distribution au-delà de cet usage sont interdites.

2. La pratique

Il n'y a en général pas de problèmes pour les utilisations de morceaux musicaux (musiques de fond) dans des contextes non commerciaux. L'utilisation sur une longue période, de manière régulière sont en général considérées comme des utilisations commerciales. Informez-vous auprès de l'organisation qui régleme le droit d'auteur dans votre pays.

3. Protection de la vie privée

Il y a deux types d'informations que nous devons absolument protéger. Le premier recouvre le nom, la date de naissance et autres informations personnelles de base. Le second recouvre les autres informations qui permettent d'identifier une personne. Ces deux types d'information sont à gérer avec les plus grandes précautions. En termes pratiques, les informations telles que le nom, bien sûr, l'adresse, la profession, la date de naissance, l'âge, le numéro de téléphone, les photos individuelles, le courriel et toutes autres informations qui permettent d'identifier un individu, sont à considérer comme relatives à la vie privée. Ce genre d'informations ne peuvent jamais être utilisées sans autorisation. Même si la personne concernée donne son autorisation, ces informations doivent être gérées avec la plus grande prudence.

4. Enchères internet

On trouve parfois en vente sur des sites d'enchères internet d'exemplaires du Shorinji Kempo Kyōhon, ou de documents relatifs aux Appō et Seihō. Ces documents sont la propriété d'individus et il est donc impossible d'intervenir légalement, mais il ne faut pas oublier que ce sont des documents qui sont sortis du cadre du Shorinji Kempo sans autorisation. C'est pour ceci que nous demandons aux instructeurs de faire la plus grande attention à ces documents.

5. Utilisation erronée des dénominations

- ① Si vous remarquez une utilisation erronée de dénominations, prenez le contact du WSKO et indiquez clairement les circonstances de cette utilisation : « Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Combien ? Pourquoi ? »
- ② Cette information doit inclure des informations de base (le nom et le contenu du programme s'il s'agit d'un programme télévisé, son enregistrement si possible, s'il s'agit d'une publication, le titre, l'emplacement, les informations relatives à l'éditeur) et être transmise au secrétariat du WSKO. En cas de besoin, UNITY effectuera une demande de modification par l'intermédiaire du WSKO.

6. Infraction à l'utilisation du nom

Les groupes qui n'ont aucune relation avec le Shorinji Kempo et qui cependant utilisent le nom de Shorinji Kempo enfreignent le droit des marques. L'utilisation des marques dont le nom de Shorinji Kempo fait partie est limitée aux instructeurs officiels du Shorinji Kempo ainsi qu'aux fabricants agréés par UNITY. Une fois les conditions d'utilisation précisées, il est possible de prendre des mesures légales. Prenez donc le contact du secrétariat du WSKO.

© Remarques relatives à la communication

- ① Considérez toujours la manière la plus efficace possible d'utiliser votre budget pour la communication ou pour des publications.
- ② La décision que prend un journaliste de tenir compte d'un communiqué de presse est très importante. Pensez toujours à la manière d'écrire et le calendrier.
- ③ Il faut répondre aux demandes de reportage après avoir compris l'objectif du reportage, le média, le contenu, le nom de l'entreprise de production, les coordonnées de la personne responsable, la date de publication (de diffusion), l'étendue de la publication (de la diffusion) et la date désirée de réponse. Les demandes de reportage ayant pour objectif de critiquer le Shorinji Kempo sont rares, il est cependant nécessaire de vérifier l'objectif du reportage et de ne pas hésiter à le refuser si nécessaire.
- ④ La diffusion d'informations sur le web est facile et efficace, mais il est possible que cette information soit mal comprise ou utilisée à mauvais escient. Il est donc important de faire très attention (voir le Chapitre 2. Sites internet).
- ⑤ Dans le cas où vous utilisez des images créées par UNITY sur les réseaux sociaux, il est nécessaire d'en obtenir l'autorisation préalable auprès d'UNITY et d'insérer « ©SHORINJI KEMPO UNITY » dans l'image.
- ⑥ L'utilisation de la marque sur les réseaux sociaux tels Facebook n'est pas autorisée même dans le cas d'utilisation personnelle. Même dans le cas d'un directeur de section.
- ⑦ L'utilisation de Wa-Tsu n'est pas soumise à réglementation concernant les modifications de couleurs (voir p. 36).
- ⑧ La création, la vente, la distribution, la publication de publications ou vidéos concernant les enseignements, techniques, le système éducatif du Shorinji Kempo ne sont pas autorisées.



Annexes

Engagement écrit relatif à l'utilisation des données de l'emblème et du logo

Fédération/section de SHORINJI KEMPO _____

(Droit de marque)

1. Les droits de marque relatifs aux données de l'emblème et du logo (ci-dessous les « Données ») ainsi que la totalité des autres droits revenant à SHORINJI KEMPO UNITY, il convient de prendre toutes les précautions possibles lors de l'utilisation des Données.
Les dommages aux Données engendrés par un acte délibéré ou faute peuvent être l'objet de poursuites pour réparation.

(Objectifs d'utilisation des Données)

1. Les Données ne pourront être utilisées dans un objectif autre que la production du produit pour lequel l'attribution d'une licence a été demandée.
2. Les méthodes d'utilisation sont indiquées dans le Guide ou dans le présent contrat et sont à respecter scrupuleusement.

(Conservation des Données)

1. Les Données ne pourront être présentées, divulguées ou transmises à une tierce partie. Elles devront être conservées dans la plus grande confidentialité.
2. Les Données ne pourront être reproduites, modifiées ou transformées au-delà de ce qui est autorisé. Cependant, les couleurs des Données pourront être modifiées si des différences de teintes apparaissent à cause de la couleur de la base ou du papier d'impression.

(Retour et destruction des Données)

1. Une fois la durée du contrat expirée ou dans le cas où le contrat a été annulé, les Données devront être retournées ou détruites dans les plus brefs délais et ne pourront en aucun cas être utilisées par la suite.

Date : _____ / _____ / _____
(YYYY) (MM) (DD)

(X) Fédération/section de SHORINJI KEMPO _____

(Y) Le fabricant

Demande d'autorisation pour utilisation de marque (non-commerciale)

Date : _____ / _____ / _____
(YYYY) (MM) (DD)

À l'attention de la World Shorinji Kempo Organization / membre

Nom de la section		Nom du directeur de section	
Adresse			
Tél	Fax	Courriel	

Mettre une croix dans les boîtes correspondant à la demande.

Article utilisé (limité à 1 article)		<input type="checkbox"/> Brochure <input type="checkbox"/> En-tête de lettre <input type="checkbox"/> Enveloppe <input type="checkbox"/> Bulletin de la section <input type="checkbox"/> Souvenir, article () <input type="checkbox"/> Autre ()			
Mode d'utilisation (objectif)		<input type="checkbox"/> Distribution <input type="checkbox"/> Affichage <input type="checkbox"/> Envoi <input type="checkbox"/> Autre ()			
Type d'utilisation		<input type="checkbox"/> Interne (pratiquants, personnes autorisées) <input type="checkbox"/> Grand public <input type="checkbox"/> Autre ()			
Mode de fabrication		<input type="checkbox"/> Interne <input type="checkbox"/> Externe			
En cas de fabrication externe	Nom du fabricant		Nom du représentant		Titre
	Adresse		Tél		
			Fax		
			Courriel		
Période de fabrication		Y: _____ M: _____ D: _____ - Y: _____ M: _____ D: _____			
Période prévue d'utilisation (par ex. jour de la compétition, etc.)		Y: _____ M: _____ D: _____ - Y: _____ M: _____ D: _____			
Utilisation	<input type="checkbox"/> Section <input type="checkbox"/> Fédération <input type="checkbox"/> Autre ()				
Marque utilisée	Emblème, logo		Emblème		Logo
	<input type="checkbox"/> Quadrichromie <input type="checkbox"/> Bichromie <input type="checkbox"/> Monochrome		<input type="checkbox"/> Quadrichromie <input type="checkbox"/> Bichromie <input type="checkbox"/> Monochrome		<input type="checkbox"/> Quadrichromie <input type="checkbox"/> Bichromie <input type="checkbox"/> Monochrome
	Illustration de l'usage de la marque (prototype d'utilisation)		<input type="checkbox"/> Illustré ci-dessous <input type="checkbox"/> En annexe (pages)		

Je soussigné fais la demande d'utilisation de la marque indiquée ci-dessus. Je m'engage à n'utiliser la marque que pour des activités de distribution et promotion, à l'exclusion de toute utilisation ayant pour objectif la vente ou le profit. Une fois l'usage autorisé, je m'engage à utiliser la marque en respectant scrupuleusement les objectifs définis pour l'usage dans le cadre du produit défini ci-dessus à l'exception de toute utilisation sur un autre produit avec un objectif autre. Dans le cas où je ne respecterais pas ces engagements, je n'emmétrais aucune objection vis-à-vis des mesures prises par WSKO ou SHORINJI KEMPO UNITY.

Signature _____

[Illustration de l'usage de la marque]

Prototype d'utilisation

Contrat relatif à la transmission des données de l'emblème et du logo

(X) La Fédération/section de SHORINJI KEMPO

(Y) Le fabricant

Contrat relatif à la transmission des données de l'emblème et du logo

La Fédération/section de SHORINJI KEMPO _____ (ci-dessous le « Groupe ») et le fabricant (ci-dessous le « Fabricant ») s'engage à l'accord suivant au regard de l'utilisation des données transmises au Fabricant par le Groupe.

Article 1 (Définition)

- (1) Le présent contrat définit les « Données » comme étant les maquettes de reproduction de la marque indiquée en fin de document, les données numériques, et toute autre information stockée ou imprimée sur un média quelconque.
- (2) Le présent contrat définit les « filiales » comme incluant les filiales du Fabricant et leurs employés.

Article 2 (Utilisation des données et méthodes)

1. Les Filiales ne pourront utiliser les Données dans un objectif autre que la production du produit pour lequel l'attribution d'une licence a été demandée au Groupe par le Fabricant.
- (2) Le Groupe ainsi que le Fabricant s'accordent sur le fait que le présent contrat n'est en aucun cas un transfert vers le Fabricant des droits d'utilisation des données ou de la marque spécifiées en fin de document.
- (3) L'utilisation de la marque doit se faire dans le strict respect des méthodes d'utilisation indiquées dans le GUIDE SHORINJI KEMPO VALUE-LEVEL-UP, ou dans les instructions données dans les documents officiels transmis par X.

Article 3 (Conservation des données)

- (1) Sauf autorisation écrite du Groupe, le Fabricant ne pourra présenter, divulguer ou transmettre les Données à une tierce partie. Il gèrera et conservera ces Données dans la plus grande confidentialité pour éviter que ces Données soient présentées ou divulguées à une tierce partie.
- (2) Le Fabricant ne pourra reproduire, modifier ou transformer les Données, au-delà de ce qui est prévu dans l'accord représenté par le présent contrat ou dans les engagements écrits avec le Groupe.

Cependant, les couleurs des Données pourront être modifiées si des différences de teintes apparaissent à cause de la couleur de la base ou du papier d'impression.

- (3) Nonobstant les dispositions du paragraphe (1) ci-dessus, le Fabricant pourra présenter les Données aux Filiales exclusivement, dans les limites nécessaires à la production du produit pour lequel il demande au Groupe l'attribution d'une licence. Cependant, la présentation des données ne pourra se faire que si le Fabricant peut forcer les Filiales à respecter des devoirs équivalents à ceux qu'il s'engage à respecter vis-à-vis du Groupe.

Article 4 (Retour et destruction des données)

- (1) Le Fabricant doit retourner ou détruire la totalité des Données fournies par le Groupe dès la fin de leur utilisation.
- (2) Si le Groupe en a fait la demande, le Fabricant doit détruire les Données d'une manière vérifiable par le Groupe. Si le Groupe demande la preuve de la destruction des Données, le

Fabricant doit lui fournir cette dernière dans les plus brefs délais.

Article 5 (Obligation d'indemnités pour dommages)

Si le Fabricant a enfreint le présent contrat, il peut être obligé à verser des indemnités couvrant la totalité des dommages ou pertes encourus directement ou indirectement par le Groupe.

Article 6 (Clôture du contrat)

La durée du contrat est limitée à la présente exécution.

Article 7 (Loi applicable et tribunal compétent)

- (1) La loi du pays où réside le Groupe s'applique au présent contrat et cette loi sert à son interprétation.
- (2) En cas de conflit relatif à l'exécution du contrat ou à son interprétation, le tribunal compétent sera le tribunal local de première instance du lieu de résidence du Groupe.

Article 8 (Clarifications)

Les points non définis dans le présent contrat ainsi que les questions relatives à ses articles sont à clarifier et à définir dans le cadre d'une discussion de bonne foi entre le Groupe et le Fabricant.

Le présent contrat sera créé en deux exemplaires, signé par le Groupe et le Fabricant et chaque partie en conservera un exemplaire.

Date : 20 _____ / _____ / _____
(YYYY) (MM) (DD)

(X) Fédération/section de SHORINJI KEMPO _____
Le président/maître de la section

(Y) Le fabricant

[Marque utilisée] ■ Marque combinée : ■ Couleur : ■ Fond :
[Produit en question] ■

[fin du document]

Demande d'autorisation pour utilisation de marque (commerciale)

Date : _____ / _____ / _____
(YYYY) (MM) (DD)

À l'attention de SHORINJI KEMPO UNITY

Nom de la section		Nom du directeur de section	
Adresse			
Tél	Fax	Courriel	

Mettre une croix dans les boîtes correspondant à la demande.

Article utilisé (limité à 1 article)		<input type="checkbox"/> Souvenir, article () <input type="checkbox"/> Autre ()			
Type d'utilisation		<input type="checkbox"/> Interne (pratiquants, personnes autorisées) <input type="checkbox"/> Grand public <input type="checkbox"/> Autre ()			
Mode de fabrication		<input type="checkbox"/> Interne <input type="checkbox"/> Externe			
En cas de fabrication externe	Nom du fabricant		Nom du représentant		Titre
	Adresse		Tél		
			Fax		
			Courriel		
Période de fabrication		De Y: _____ M: _____ D: _____ à Y: _____ M: _____ D: _____			
Période de vente		De Y: _____ M: _____ D: _____ à Y: _____ M: _____ D: _____			
Utilisation	<input type="checkbox"/> Section <input type="checkbox"/> Fédération <input type="checkbox"/> Autre ()				
Marque utilisée	Emblème, logo		Emblème		Logo
	<input type="checkbox"/> Quadrichromie <input type="checkbox"/> Bichromie <input type="checkbox"/> Monochrome		<input type="checkbox"/> Quadrichromie <input type="checkbox"/> Bichromie <input type="checkbox"/> Monochrome		<input type="checkbox"/> Quadrichromie <input type="checkbox"/> Bichromie <input type="checkbox"/> Monochrome
	Illustration de l'usage de la marque (prototype d'utilisation)		<input type="checkbox"/> Illustré ci-dessous <input type="checkbox"/> En annexe (pages)		

Je soussigné fais la demande d'utilisation de la marque indiquée ci-dessus. Une fois l'usage autorisé, je m'engage à utiliser la marque en respectant scrupuleusement les objectifs définis pour l'usage dans le cadre du produit défini ci-dessus à l'exception de toute utilisation sur un autre produit avec un objectif autre. Dans le cas où je ne respecterais pas ces engagements, je n'emmétrais aucune objection vis-à-vis des mesures prises par WSKO ou SHORINJI KEMPO UNITY.

Signature _____

[Illustration de l'usage de la marque]

Prototype d'utilisation

À usage de la Fédération

Fédération mondiale de Shorinji Kempo

Règles relatives à la gestion de la propriété intellectuelle et à la communication

(Objectifs)

Article 1

Les présentes règles ont pour objectif d'avancer la marque Shorinji Kempo en déterminant les méthodes correctes de communication et de gestion de la propriété intellectuelle du Shorinji Kempo par la WSKO sur la base de contrats d'utilisation de la propriété intellectuelle signés entre la Fondation SHORINJI KEMPO UNITY (UNITY) et la Fédération mondiale de Shorinji Kempo (WSKO) au sujet des droits d'utilisation de la propriété intellectuelle possédés dans le monde entier par UNITY.

(Droits d'utilisation des marques)

Article 2

- (1) Les groupes membres de la WSKO peuvent utiliser l'emblème ou le logo du Shorinji Kempo possédés par UNITY pour leur pratique et leurs activités de promotion s'ils remplissent les critères posés la WSKO (directeur de groupe reconnu par la WSKO, participation aux séminaires Value-Level-Up, signature de contrats autorisant l'utilisation de la propriété intellectuelle, etc.)
- (2) Le directeur d'un groupe membre de la WSKO qui ne remplit pas les conditions définies dans l'article précédent doit effectuer des demandes d'utilisation et obtenir l'autorisation du secrétariat de la WSKO pour toute utilisation.
- (3) Les groupes membres de la WSKO qui créent et publient un site internet doivent, après autorisation du secrétariat de la WSKO, placer l'emblème et le logo du Shorinji Kempo (marque à 3 niveaux) à l'emplacement le plus optimal la page d'accueil.
- (4) Les membres ordinaires qui ont reçu délégation de droit par UNITY (les fédérations de chaque pays) peuvent fabriquer les articles ou souvenirs spécifiés par UNITY.

(Interdictions)

Article 3

Le droit d'auteur des manuels de Shorinji Kempo et autres publications revient à UNITY. Les groupes et individus membres se doivent de strictement respecter les articles suivants pendant la période de leur activité, mais également en cas d'interruption temporaire ou permanente d'activité (ceci inclut les demandes auprès d tierces parties).

- (1) Il est interdit de créer et de publier des manuels de Shorinji Kempo.
- (2) Il est interdit de traduire les manuels existants de Shorinji Kempo sans l'autorisation du secrétariat de la WSKO.
- (3) Il est interdit de publier, de distribuer, de mettre à disposition ou de vendre sous forme de DVD ou sur Internet à un nombre indéterminé de personnes les enseignements et techniques du Shorinji Kempo et les discours de Kaisō de manière systématique.
- (4) Il est interdit de conduire des opérations de communication sous forme de films, programmes télévisés, magazines au niveau national ou international sans l'autorisation du secrétariat de la WSKO.
- (5) Il est interdit de fabriquer, vendre, distribuer des produits à but lucratif, des articles ou souvenirs utilisant l'emblème et le logo du Shorinji Kempo sans avoir délégation de droit ou sans avoir obtenu autorisation d'utilisation.

(Pénalités)

Article 4

Les membres de la WSKO qui ont enfreint les présentes règles feront l'objet des mesures définies dans les règlements détaillés de la WSKO et pourront faire l'objet de répercussions légales.

(Exceptions)

Article 5

Les points non définis dans les présentes règles sont définis par la présidente du WSKO le cas échéant.

Clause additionnelle

Les présentes règles sont applicables à partir du premier juillet 2015.

