

LIVRE DE MARQUE



1. PLATEFORME DE MARQUE /4

- 1. INTRODUCTION/5
- 2. CROYANCE/7
- 3. VISION/9
- 4. POSITIONNEMENT/12
- 5. VALEURS/15
- 6. PERSONNALITÉ/17
- 7. SYNTHÈSE/19
- 8. MANIFESTE/20

2. IDENTITÉ VERBALE /22

- 1. TON DE VOIX ET PRINCIPES D'ÉCRITURE/23
- 2. CHAMP LEXICAL ET MESSAGES CLÉS/33
- 3. TON DE VOIX/46

3. IDENTITÉ VISUELLE /58

- 1. LOGOTYPE/59
- 2. ARCHITECTURE DE MARQUE/74
- 3. COULEURS/80
- 4. TYPOGRAPHIES/82
- 5. CODES GRAPHIQUES/87
- 6. ICONOGRAPHIES/110
- 7. STRUCTURES GRAPHIQUES/114

4. EXEMPLES D'APPLICATIONS /118

- 1. SUPPORTS PRINT/119
- 2. SUPPORTS DIGITAUX/125
- 3. POSTS RÉSEAUX SOCIAUX/134
- 4. BRANDING D'ESPACES/151

5. BUSINESS TEAM /162

- 1. LOGOTYPE/164
- 2. COULEURS/165
- 3. CODES GRAPHIQUES/166
- 4. APPLICATIONS/167

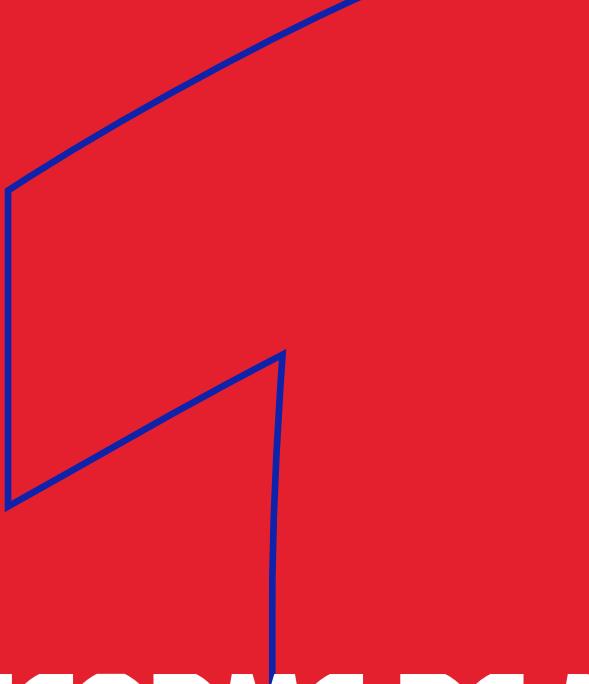
INTRODUCTION

**CE DOCUMENT EST
UNE PRÉSENTATION DE LA MARQUE
OLYMPIQUE LYONNAIS**

L'ensemble de ces pages se concentre sur le club de football
et présente ce qui fait la marque Olympique Lyonnais :
sa plateforme de marque, son identité verbale et son identité graphique.

Ce document est pensé comme un guide pour présenter tout l'univers
du club de football qu'est l'Olympique Lyonnais.





PLATEFORME DE MARQUE

UNE PLATEFORME DE MARQUE EST LE SOCLE STRATÉGIQUE QUI GUIDE L'ENSEMBLE DES ACTIONS DE LA MARQUE.

La plateforme de marque de l'Olympique Lyonnais s'est construite sur une année.

Elle est le résultat de recherches, d'une vingtaine d'heures
d'interviews internes et externes, des dirigeants jusqu'aux supporters,
d'un audit de la marque et de son univers concurrentiel, d'un social listening
afin de constituer le fil conducteur singulier de l'action et de mobiliser
toutes les parties prenantes autour d'une vision et d'un projet commun.

1.1 INTRODUCTION

PLATEFORME DE MARQUE

Une plateforme de marque se compose de quatre sections majeures. La vision de la marque, son positionnement, ses valeurs et sa personnalité. Chacune de ces sections crée une marque singulière dans l'univers du football et se synthétise dans une idée de marque propriétaire et guidante.

Vision

Pourquoi nous sommes là ?

La cause universelle qui est défendue

<p><i>Positionnement</i></p> <p>Ce que nous proposons.</p> <p>Un territoire propriétaire qui guide l'ensemble des communications, produits et services</p>	<p><i>Idée de marque</i></p> <p>La signature de marque qui encapsulera l'essence de la plateforme</p>	<p><i>Valeurs</i></p> <p>Ce qui nous anime.</p> <p>Les valeurs qui animent les comportements et inspirent la marque</p>
---	--	--

Personnalité

Qui nous sommes.

Les traits de personnalité et de caractère qui permettent de définir l'identité graphique et verbale de la marque



Notre point de départ,

LA CROYANCE UNIQUE

de l'Olympique Lyonnais



1.2 CROYANCE

*Notre regard singulier sur
notre univers, le football*

NOUS CROYONS QUE LE FOOTBALL EST UNE DISCIPLINE VIVANTE.

Il demande de toujours s'adapter,
d'agir pour son renouveau, d'imaginer son évolution.
C'est ce qui fait sa beauté,
c'est ce qui fait notre passion, toujours avancer.





C'est cette
CROYANCE
qui construit notre
VISION.

1.3 VISION

*La cause universelle que
nous défendons jour après jour*

**IMAGINER UN
AUTRE FOOTBALL
EN LIBÉRANT
L'AUDACE ET LA CRÉATIVITÉ.**



1.3 VISION

*La cause universelle que
nous défendons jour après jour*

**IMAGINER UN
AUTRE FOOTBALL
EN LIBÉRANT L'AUDACE
ET LA CRÉATIVITÉ.**

LE RATIONNEL QUI SOUTIENT CETTE VISION

Une vision qui renforce notre esprit de leader inspirant du football.

Nos initiatives sont toujours là pour faire avancer notre club, notre football.

Notre modèle de club unique, notre stade à la pointe de la technologie, nos initiatives comme le football coach expertise, notre formation d'entraîneur pour partager notre savoir avec des clubs ou le grand public.

Une vision qui exprime notre posture d'acteur performant de la transformation.

Nous sommes un modèle, pour la France, pour l'Europe, pour le football.

Notre communauté vit mais aussi pense le football, notamment sur les réseaux.

Une vision qui valorise notre liberté, notre audace, notre créativité.

Nous sommes libres d'imaginer, nous osons croire en nos idées et les faire vivre.

Un club qui ose prendre des risques pour ouvrir des voies, réfléchir au futur.



Notre

POSITIONNEMENT

nous décrit dans

L'ACTION, SUR LE TERRAIN.

1.4 POSITIONNEMENT

Ce que nous proposons
et faisons chaque jour

L'OLYMPIQUE LYONNAIS, LE CLUB DE FOOTBALL FRANÇAIS QUI SE DÉMARQUE EN MISANT SUR SA JEUNESSE ET SA CAPACITÉ DE RÉINVENTION POUR MARQUER LES ESPRITS, AVEC L'ART ET LA MANIÈRE.

Emblématique agitateur du football français, l'Olympique Lyonnais est le club qui crée, invente, rêve en vrai en interrogeant constamment son sport, son jeu pour imaginer ensemble son meilleur futur. Le club ouvre le jeu et invite à disrupter son sport en préparant le terrain pour les expériences football de demain.



1.4 POSITIONNEMENT

Ce que nous proposons
et faisons chaque jour

**L'OLYMPIQUE LYONNAIS,
LE CLUB DE FOOTBALL
FRANÇAIS QUI SE DÉMARQUE
EN MISANT SUR SA JEUNESSE
ET SA CAPACITÉ DE RÉINVENTION
POUR MARQUER LES ESPRITS,
AVEC L'ART ET LA MANIÈRE.**

LE RATIONNEL QUI SOUTIENT CE POSITIONNEMENT

Un positionnement qui met en lumière notre jeunesse, notre formation.
Pour nous, c'est un esprit autant qu'un futur que nous cherchons à valoriser.

Un positionnement qui exprime la vision long terme du club,
son esprit d'anticipation et sa capacité à maintenir un haut niveau
et continuellement éléver son modèle.

Un positionnement qui ambitionne de marquer les esprits, les coeurs.
Nous travaillons pour faire vivre des émotions, pour surprendre et éblouir.

Un positionnement qui rappelle l'importance de notre savoir-faire.
Mêler la technique et l'esthétique, prôner les réussites par et avec l'art et la manière.





**NOTRE VISION,
NOTRE POSITIONNEMENT**
sont animés par
NOS VALEURS.

1.5 VALEURS

*Ce qui nous anime dans
l'ensemble de nos actions*

ÊTRE ET METTRE EN MOUVEMENT

Sur et en dehors du terrain, nous sommes toujours en mouvement, prêts à saisir les opportunités, toujours en train de penser à notre futur et à comment améliorer ce que nous faisons aujourd'hui

Aujourd'hui, nous sommes les initiateurs d'un football féminin pro, d'un nouveau modèle de club, et les formateurs de joueurs et joueuses reconnus.

DÉFIER L'ALÉATOIRE

Nous innovons, nous minimisons la part laissée au hasard. C'est parce que nous défions l'aléatoire que nous nous sommes durablement imposés dans le monde du football et que nous pouvons encore défier plus grand.

Aujourd'hui, nous le vivons au travers des nouvelles méthodologies toujours adaptées, de l'instauration des nouvelles technologies à tous les niveaux du club, notamment dans le recrutement et la formation...

LIBÉRER LA JEUNESSE

La jeunesse est un état d'esprit que nous cherchons à constamment libérer par la transmission, pour pouvoir capturer ses énergies positives, sa fougue qui ravivent le football.

Aujourd'hui, cela se manifeste au travers des joueurs du cru en équipe première, de la carrière des joueurs formés au club, des initiatives lancées par le club notamment sur son maillot créé en collaboration avec Nuits Sonores...

ÉCRIRE NOTRE PROPRE HISTOIRE

Nous sommes tournés vers l'avenir mais nous n'oublions pas notre héritage. Nous soignons nos actions car nous savons qu'elles construisent notre style, notre élégance. Notre passé est l'avenir que nous avons écrit.

Aujourd'hui, cela s'incarne dans le musée, rappelant le passé pour mieux projeter dans l'avenir, dans les relations intergénérationnelles à faire vivre de manière contemporaine, à l'empreinte de l'Olympique Lyonnais sur le football français.





Notre
PERSONNALITÉ
donne vie à
**NOTRE VISION,
NOTRE POSITIONNEMENT,
NOS VALEURS.**

1.6 PERSONNALITÉ

*Ce qui dessine nos traits
de caractère, notre identité*

L'OL, **MENEUR DE JEU INSPIRANT**

Nous avons la conviction de nos actions.
Nous souhaitons rayonner et faire rayonner
par nos actions. Nous exprimons notre créativité
afin d'ouvrir les voies vers de nouvelles façons
de penser et vivre notre football, pour inspirer
à domicile aussi bien qu'à l'extérieur.

L'OL, **UN CLUB LIBRE AU FRANC-PARLER**

Nous sommes profondément libres, de créer,
de faire, de changer notre football. Et la première
de notre liberté vit dans notre franc-parler,
dans le fait d'oser proposer des nouveautés,
d'oser ouvrir des opportunités.

L'OL, UN COLLECTIF **SOLIDAIRES, À L'ESPRIT D'ÉQUIPE**

Nous prônons la force d'un collectif et d'un groupe
plutôt que les individualités, la beauté du « Nous ».
Nous valorisons dans notre football le partage de
valeurs, la force de l'esprit de corps, de l'esprit d'équipe.



PLATEFORME DE MARQUE



Vision

Imaginer un autre football en libérant l'audace et la créativité.

Positionnement

L'Olympique Lyonnais, le club de football français qui se démarque en misant sur sa jeunesse et sa capacité de réinvention pour marquer les esprits avec l'art et la manière.



Valeurs

Être et mettre en mouvement
Défier l'aléatoire
Libérer la jeunesse
Ecrire notre propre histoire

Personnalité

Meneur de jeu inspirant
Libre au franc-parler
Solidaire, à l'esprit d'équipe

Pour rendre notre

PLATEFORME DE MARQUE

encore plus vivante, nous avons écrit

UN MANIFESTE.



1.8 MANIFESTE

Ce qui nous décrit en mots

Défions le FUTUR.

Pour nous, le football est un sport vivant. En constante mutation. Nous avons toujours été les acteurs de ses évolutions. Nous voulons encore évoluer par lui et avec lui.

C'est pourquoi nous testons, inventons, réinventons.

Pour préparer l'avenir et créer demain.

Nous créons avec notre propre style.

Il est le reflet de notre culture, de notre ville, de notre histoire.

Il est notre griffe, la signature de notre identité.

Nous créons en libérant la jeunesse.

Une jeunesse aussi bien de corps et d'esprit. Une jeunesse qui vit par la fraîcheur de nos idées mais aussi par nos joueurs et joueuses sur le terrain.

Nous créons par notre mouvement, nous créons du mouvement.

Nous sommes toujours en action, toujours prêts à saisir les opportunités, celles qui inspireront sûrement demain notre sport.

Nous créons en défiant l'aléatoire, en ne laissant rien au hasard.

Nous osons lutter contre l'imprévu et nous ne croyons pas en la beauté de la chance. Chaque jour, nous imaginons des solutions, nous préparons chaque détail.

Nous créons en respectant notre héritage.

Nous avançons riches et fiers de nos expériences, toujours en ayant notre histoire au cœur, nos anciens, nos souvenirs. Nous construisons plus forts, grâce à notre passé.

C'est comme ça que depuis plus de 70 ans, nous marquons les esprits du football, en mettant à l'honneur l'intelligence et l'esprit du beau jeu. Et nous sommes toujours animés par la volonté de faire plus, de faire mieux, avec notre style, avec l'art et la manière.

Pour que demain soit meilleur qu'aujourd'hui, pour qu'en ensemble, nous défions notre futur, notre sport.





IDENTITÉ VERBALE

NOTRE TON DE VOIX EST LE REFLET DE CE QUE NOUS SOMMES.

Les mots, les tournures, les syntaxes que nous utilisons révèlent qui nous sommes.

**Cette charte éditoriale ou ton de voix nous permet de donner
un cadre au discours de la marque pour qu'elle puisse avoir
sa propre et unique identité verbale.**



COMMENT JE DIS CE QUE JE DIS

Les principes d'écriture

Les messages clés



#1

COMMENT JE DIS CE QUE JE DIS

Les principes d'écriture

Les messages clés



2.1 TON DE VOIX ET PRINCIPES D'ÉCRITURE

Contexte

**IL S'AGIT DE CRÉER
DES GRANDS MARQUEURS
D'EXPRESSION AFIN DE
DEVENIR IDENTIFIABLE.**

Les textes qui vont suivre sont à titre d'exemple pour illustrer les propos ;
chaque partie prenante devra s'approprier le ton de voix
et les principes d'écriture pour rédiger ses propres messages.



2.1 TON DE VOIX ET PRINCIPES D'ÉCRITURE

Comment je dis

NOTRE OBJECTIF EST DE QUALIFIER LA RELATION ENTRE LA MARQUE ET SES PUBLICS.



Collaborateurs
Joueuses, joueurs & staff
Supporters
Lyonnais
Partenaires



2.1 TON DE VOIX ET PRINCIPES D'ÉCRITURE

Comment je dis

Pour passer de

L'OBSERVATEUR LYONNAIS DU FOOTBALL EXTRÊMEMENT INSTITUTIONNEL ET CONVENTIONNEL

au

SUPPORTER MENEUR AVERTI ET PASSIONNÉ PARTAGEANT LE STYLE ET LA PENSÉE OLYMPIQUE LYONNAIS



2.1 TON DE VOIX ET PRINCIPES D'ÉCRITURE

PLATEFORME DE MARQUE

C'est la **personnalité** de la marque qui guide les principes d'écriture.

Il s'agit dans cette première partie de les détailler au mieux afin de comprendre les grandes lignes d'écriture de la marque Olympique Lyonnais.

Vision

Imaginer un autre football en libérant l'audace et la créativité.

Positionnement

L'Olympique Lyonnais, le club de football français qui se démarque en misant sur sa jeunesse et sa capacité de réinvention pour marquer les esprits avec l'art et la manière.



Valeurs

Être et mettre en mouvement
Défier l'aléatoire
Libérer la jeunesse
Ecrire notre propre histoire

Personnalité

Meneur de jeu inspirant
Libre au franc-parler
Solidaire, à l'esprit d'équipe

2.1 TON DE VOIX ET PRINCIPES D'ÉCRITURE

Pour l'Olympique Lyonnais

Notre personnalité en principes d'écriture

MENEUR DE JEU INSPIRANT

La force de la projection : privilégier les temps du présent et du futur

Aujourd'hui, les prises de paroles sont riches de call to action pour amener les fans à s'engager, participer à des évènements, etc. Si l'impératif est intéressant, il doit être utilisé avec parcimonie pour éviter le sentiment d'autorité. Le présent de l'immédiateté est un temps à privilégier tout comme le futur afin de toujours projeter la marque vers le lendemain et toujours propulser un élan d'optimisme et de conviction. Comme les joueurs, il faut prendre chaque texte les uns après les autres, et toujours se concentrer sur le futur du club.

Exemple

« Nos jeunes du centre de formation symbolisent les valeurs et le savoir-faire. »



L'art et la manière de jouer avec les mots, les rythmes, les phrases : des constructions élégantes, raffinées

L'Olympique Lyonnais n'est pas un club de la rue, c'est davantage un club premium, qui manie des constructions de phrases chantantes pour animer ses discours. Les titres doivent réussir à exprimer une certaine élégance, des associations de mots intelligents et interpellants.

« Nos jeunes nous pressent à faire plus, à faire mieux. »

« Toujours jeune. Toujours créateur. »

« Nos jeunes d'aujourd'hui seront les leaders de demain ! Accompagnons-les ! »

« Nos jeunes d'aujourd'hui et d'hier ! » (Musée, présentation des licences)

« Préparer l'avenir pour créer demain. »

2.1 TON DE VOIX ET PRINCIPES D'ÉCRITURE

Pour l'Olympique Lyonnais

Notre personnalité en principes d'écriture

LIBRE AU FRANC PARLER

L'implication de notre prise de parole : commencer nos phrases avec notre sujet

Nous sommes convaincus, nous sommes francs et directs.

Nous nous devons de commencer nos phrases par des pronoms personnels qui nous engagent directement. Ces formulations doivent montrer notre audace et notre implication.

Le leadership par des phrases assertives

L'Olympique Lyonnais porte des convictions et se doit de les présenter au travers de phrases courtes et directes. Dans notre ton de voix, il s'agit d'intégrer des phrases courtes, immédiates et inspirantes qui donnent l'énergie, qui diffusent notre pensée sur chaque grande thématique.

Exemple

« Toute l'actualité de l'Olympique Lyonnais »



« Nos succès futurs se préparent dès aujourd'hui. »

« Nous avons ouvert la voie du football féminin. Une voie de succès ! »



2.1 TON DE VOIX ET PRINCIPES D'ÉCRITURE

Pour l'Olympique Lyonnais

Notre personnalité en principes d'écriture

SOLIDAIRES, À L'ESPRIT D'ÉQUIPE

La beauté et la force du collectif : le « nous » et le « on »

Déjà présent dans quelques prises de parole de la marque, nous devons systématiser les pronoms « nous » et « on » qui rajoutent du lien et de l'engagement. Ces pronoms personnels nous permettent aussi de faire corps avec nos supporters, avec notre communauté.

La fédération d'une communauté lyonnaise : des expressions et mots lyonno-lyonnais (jusqu'à largot ?)

Il y a quelques années, l'exemple de YaCherMoy a été un véritable succès qui a su réunir autour d'un hashtag toute la communauté lyonnaise.

Exemple

« quelques images de l'échauffement »



Ce signe de ralliement nous inspire dans l'utilisation d'un argot modéré pour créer de la personnalité et inspirer un esprit de corps le plus lyonnais possible.

Le partage des émotions : l'expression de joies ou de frustrations, de manière mesurée

La marque doit réussir à se positionner comme un supporter averti et créer du lien en partageant ses émotions, dans les bons comme dans les mauvais moments.

Il est important de rester léger dans ses émotions, sans euphorie ni colère.

Nous nous devons d'exprimer de manière calme les ressentis du moment.

« Nos joueurs sont à l'échauffement et nous on est prêts à vibrer #YaCherMoy. »

« Nos gones sont à l'échauffement, prêts à relever nos stats à l'extérieur ! »

« Tous les joueurs et les fans sont déjà à l'échauffement. Ensemble, on va le faire. »



COMMENT JE DIS

Les principes d'écriture

#2

CE QUE JE DIS

Les messages clés



2.2 CHAMPS LEXICAL ET MESSAGES CLÉS

PLATEFORME DE MARQUE

Les grandes thématiques de messages clés sont présentes dans notre plateforme de marque.

Synthétisées dans les valeurs, elles donnent un cadre de messages non excluant : la marque se doit de parler majoritairement du futur et de mouvement, d'innovation, de formation et de jeunesse, et de son histoire passée et à venir.

Vision

Imaginer un autre football en libérant l'audace et la créativité.

Positionnement

L'Olympique Lyonnais, le club de football français qui se démarque en misant sur sa jeunesse et sa capacité de réinvention pour marquer les esprits avec l'art et la manière.



Valeurs

Être et mettre en mouvement
Défier l'aléatoire
Libérer la jeunesse
Ecrire notre propre histoire

Personnalité

Meneur de jeu inspirant
Libre au franc-parler
Solidaire, à l'esprit d'équipe



2.2 CHAMPS LEXICAL ET MESSAGES CLÉS

*4 valeurs à transformer en messages clés pour
l'identité verbale de la marque Olympique Lyonnais*

ÊTRE ET METTRE EN MOUVEMENT
DÉFIER L'ALÉATOIRE
LIBÉRER LA JEUNESSE
ÉCRIRE NOTRE PROPRE HISTOIRE



ÊTRE ET METTRE EN MOUVEMENT

#AlwaysGoOn

Quel message clé ?

Un football en mouvement, toujours vivant

Des messages qui donnent toujours de l'allant, une énergie d'aller toujours de l'avant, qui motivent et donnent, malgré toutes difficultés, la motivation de toujours rester en mouvement.

Les mots clés :

Avancer, Dynamiser, Motiver



ÊTRE ET METTRE EN MOUVEMENT

#AlwaysGoOn

Quel message clé ?

Un football en mouvement, toujours vivant

Des messages qui donnent toujours de l'allant, une énergie d'aller toujours de l'avant, qui motivent et donnent, malgré toutes difficultés, la motivation de toujours rester en mouvement.

Les mots clés :

Avancer, Dynamiser, Motiver

Le champ lexical rattaché à cette thématique :

LE MOUVEMENT

Verbes

- Bouger les lignes
- Avancer
- Aller de l'avant
- Poursuivre
- Foncer
- Progresser
- Accélérer
- Déborder
- Évoluer
- Courir
- Propulser
- Lancer
- Déclencher
- Engager

Lexique

- Energie
- Force
- Puissance
- Vitesse
- Accélération
- Activité
- Vigueur
- Panache
- Tonus
- Mouvement
- Activité
- Elan
- Avance
- Evolution
- Déplacement
- Effervescence
- Entrainement
- Rythme
- Tempo

Des exemples de phrases

« Nous devons faire toujours avancer notre football, le faire progresser. »

« Toujours en mouvement, nous préparons demain. »



DÉFIER L'ALÉATOIRE

#DéfionsLeFutur

Quel message clé ?

Un football visionnaire, qui innove
en permanence pour anticiper le futur

Un club qui ose faire bouger les lignes, qui réinvente le football
pour construire son futur. Un club qui trace son propre chemin
grâce à son caractère créatif et audacieux.

Les mots clés :

Anticiper, Oser, Provoquer



DÉFIER L'ALÉATOIRE

#DéfionsLeFutur

Quel message clé ?

**Un football visionnaire, qui innove
en permanence pour anticiper le futur**

Un club qui ose faire bouger les lignes, qui réinvente le football pour construire son futur. Un club qui trace son propre chemin grâce à son caractère créatif et audacieux.

Les mots clés :

Anticiper, Oser, Provoquer

Le champ lexical rattaché à cette thématique :

LA CRÉATIVITÉ & L'AUDACE

Verbes

- Créer
- Imaginer
- Oser
- Construire
- Innover
- Marquer
- Défier
- Devancer
- Disrupter
- Provoquer
- Anticiper
- Rêver
- Former
- Préparer
- Bâtir
- Initier
- Inventer
- Risquer

Lexique

- Novateur
- Original
- Pionnier
- Inventif
- Créateur
- Initiateur
- Bâtisseur
- Défricheur
- Entrepreneant
- Courage
- Audace
- Défi
- Courage
- Cran
- Volonté
- Précurseur
- Eclaireur
- Avant-garde
- Futuriste
- Visionnaire
- Anticipateur

Des exemples de phrases

« Nous créons avec notre propre style. »

« Match après match, saison après saison, nous devons oser, pour créer, pour avancer. »



LIBÉRER LA JEUNESSE

#ForeverYoung

Quel message clé ?

Un football inspirant qui révèle les talents
et ouvre des possibilités infinies

Un club au caractère vif qui a toujours soif de renouveau et
puise son énergie dans la vitalité de la jeunesse. Car c'est
en libérant notre ardeur que nous nous inscrivons dans le temps.

Les mots clés :

Inspirer, Vitaliser, Renouveler



LIBÉRER LA JEUNESSE

#ForeverYoung

Quel message clé ?

Un football inspirant qui révèle les talents et ouvre des possibilités infinies

Un club au caractère vif qui a toujours soif de renouveau et puise son énergie dans la vitalité de la jeunesse. Car c'est en libérant notre ardeur que nous nous inscrivons dans le temps.

Les mots clés :

Inspirer, Vitaliser, Renouveler

Le champ lexical rattaché à cette thématique :

LA VITALITÉ

Verbes

- Libérer
- Apprendre
- Former
- Révéler
- Éclairer
- Offrir des opportunités
- Donner une chance
- Inculquer
- Guider

- Désirer
- Questionner
- Entrainer
- Occasionner
- Exiger
- Rebondir
- Éclairer
- Enflammer
- Motiver
- Embrascer
- Susciter

Lexique

- Ardeur
 - Énergie
 - Force
 - Vigueur
 - Élan
 - Effervescence
 - Entrain
 - Soif
 - Fièvre
 - Zèle
 - Courage
- Désir
 - Feu
 - Étincelle
 - Optimisme
 - Fougue
 - Jeunesse
 - Apprentissage
 - Talent
 - Possibilités
 - Avenir
 - Opportunités

Des exemples de phrases

« Nous sommes fiers de révéler et former les talents de demain. »

« La plus grande victoire c'est d'aller de l'avant. »



ÉCRIRE NOTRE PROPRE HISTOIRE

#MadeInOL #OurPastOurFuture

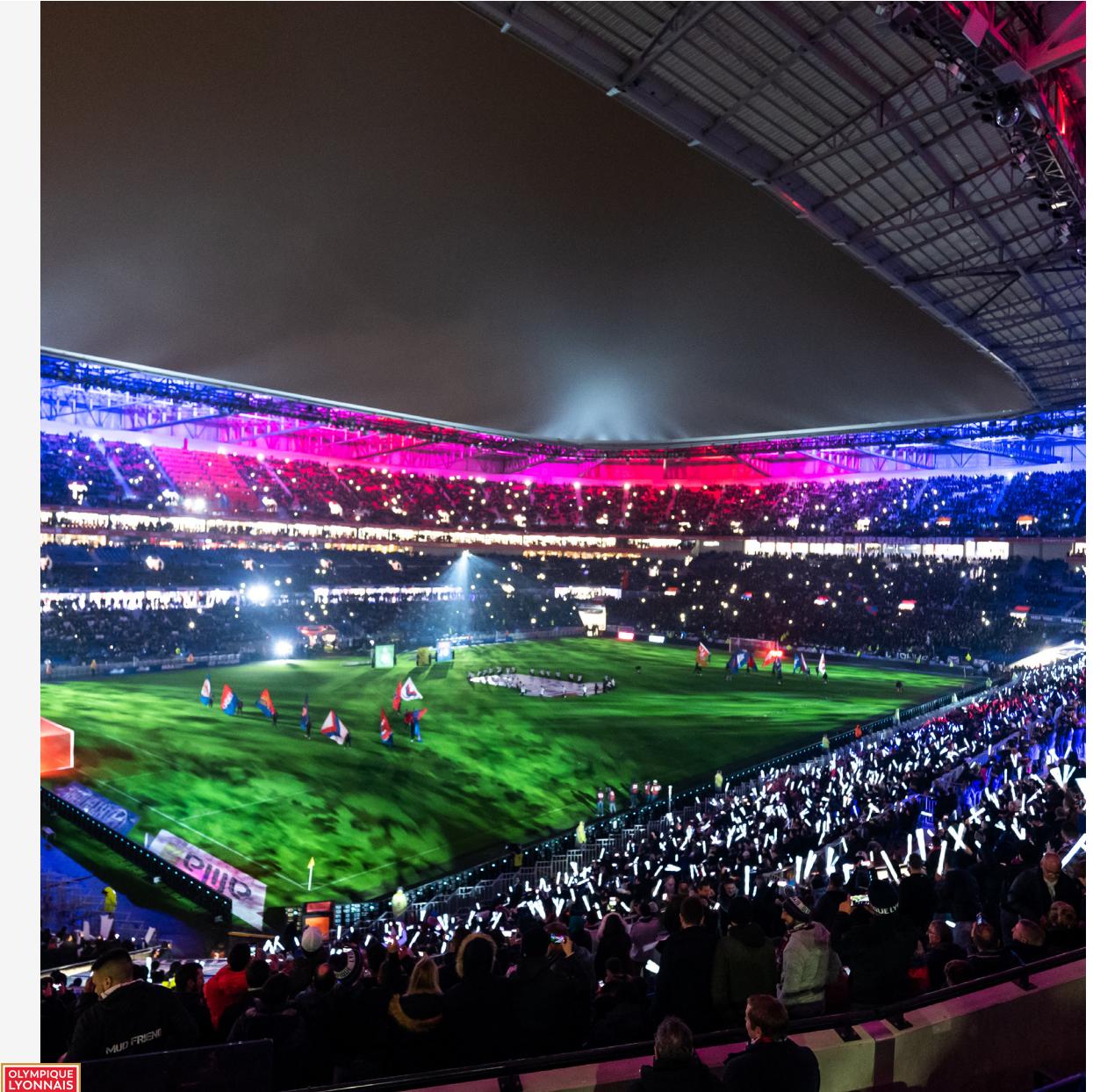
Quel message clé ?

Un football qui réunit futur et passé, ancien et jeune,
qui crée la continuité.

Un club qui n'oublie pas d'où il vient, qui crée du lien entre
les époques, entre les temps de son histoire pour toujours souder
sa communauté autour de son histoire.

Les mots clés :

Honorer, Transmettre, Perdurer



ÉCRIRE NOTRE PROPRE HISTOIRE

#MadeInOL #OurPastOurFuture

Quel message clé ?

Un football qui réunit futur et passé, ancien et jeune,
qui crée la continuité.

Un club qui n'oublie pas d'où il vient, qui crée du lien entre
les époques, entre les temps de son histoire pour toujours souder
sa communauté autour de son histoire.

Les mots clés :

Honorer, Transmettre, Perdurer

Le champ lexical rattaché à cette thématique :

LA TRANSMISSION

Verbes

- Transmettre
- Donner
- Échanger
- Réunir
- Aider
- Servir
- Épauler
- Passer
- Revigorer
- Hériter
- Recevoir

Lexique

- Ensemble
 - Équipe
 - Groupe
 - Fierté
 - Solidarité
 - Fraternité
 - Collectif
 - Communauté
 - Entre-aide
 - Génération
 - Ligue
- Unisson
 - Héritage
 - Continuité
 - Constance
 - Homogénéité

Des exemples de phrases

« Nos anciens ont fait notre identité.
Nos jeunes l'honorent et la réinventent. »

« Nous avons toujours construit notre futur
en nous reposant sur notre passé. »



2.2 CHAMPS LEXICAL ET MESSAGES CLÉS

Ton de voix au global

POUR RÉSUMER, PARTONS DE LA STRUCTURE CLASSIQUE D'UNE PHRASE ET DÉVELOPPIONS CHAQUE ÉLÉMENT POUR LES RENDRE PROPRIÉTAIRES.

Sujet

Comment nomme-t-on notre club ?
Comment engage-t-on notre lecteur ?

+

Conjugaison

Comment incarner notre esprit
créateur et pionnier ?
Comment projeter la marque
dans le futur ?

+

Style

Quel rythme, quel équilibre,
quelle vitesse voulons-nous donner
à nos phrases ?

+

Locution

Quel vocabulaire, quels champs
lexicaux pour évoquer la créativité,
l'audace, l'union et le mouvement ?

2.2 CHAMPS LEXICAL ET MESSAGES CLÉS

Ton de voix au global

Sujet

Comment nomme-t-on notre club ?
Comment engage-t-on notre lecteur ?

+

Conjugaison

Comment incarner notre esprit créateur et pionnier ?
Comment projeter la marque dans le futur ?

+

Style

Quel rythme, quel équilibre, quelle vitesse voulons-nous donner à nos phrases ?

+

Locution

Quel vocabulaire, quels champs lexicaux pour évoquer la créativité, l'audace, l'union et le mouvement ?

SOLIDAIRES, À L'ESPRIT D'ÉQUIPE

nous devons systématiser les pronoms « nous » et « on » qui rajoute du lien et de l'engagement.
Ces pronoms nous permettent aussi de faire corps avec nos supporters, avec notre communauté.

- Le « nous » et le « on »
- Des expressions et mots lyonno-lyonnais (jusqu'à largot ?)
- L'expression de joie ou de frustrations, de manière mesurée

MENEUR DE JEU INSPIRANT

Le présent de l'immédiateté est un temps à privilégier tout comme le futur afin de toujours projeter la marque vers le lendemain et toujours propulser un élan d'optimisme et de conviction. Comme les joueurs, il faut prendre chaque texte les uns après les autres, et toujours se concentrer sur le futur du club.

- Privilégier les temps du présent et du futur
- Des constructions élégantes, raffinées

LIBRE, AU FRANC PARLER

Nous nous impliquons pleinement en devenant le vrai sujet de nos phrases et en ayant peur de diffuser nos grandes idées sur le football. Ces mottos qui motivent et donnent des directions claires sur notre vision de club : imaginer un autre football avec l'audace et la créativité.

- Commencer nos phrases avec notre sujet
- Des phrases condensées pour diffuser notre pensée

LES VALEURS : 4 UNIVERS LE MOUVEMENT, LA CRÉATION & L'AUDACE, LA VITALITÉ ET LA CONTINUITÉ

Nos 4 grandes thématiques de messages clés définissent des nuages de mots qui nous permettent de créer nos locutions, nos champs lexicaux. Chaque texte doit intégrer le plus possible les verbes et mots de ces territoires afin de créer un univers sémantique.

2.3 TON DE VOIX

Applications

AVANT

Abonnement

(LES VENTES D'ABONNEMENTS SONT TERMINÉES) - L'HEURE DE SE RETROUVER !

S'abonner à l'Olympique Lyonnais, c'est être privilégié sur l'ensemble de l'univers OL.
En plus de détenir un siège attiré sur les 19 matchs de Ligue 1 Uber Eats, ainsi que d'avoir l'assurance de ne rater aucun grand rendez-vous national ou européen, vous profiterez d'avantages exclusifs au tout nouveau Pôle de Loisirs d'OL Vallée. Manger sur le pouce avant un match, débriefez après un Derby autour d'un verre, affrontez vos amis à OL LE FIVE... bénéficiez d'avantages 365 jours par an !

APRÈS

Abonnement

CRÉONS ENSEMBLE L'AVENTURE LYONNAISE !

S'abonner à l'Olympique Lyonnais c'est vibrer ensemble à chaque instant, dans les moments les plus magiques comme dans les moments les plus difficiles. C'est faire trembler les murs du Groupama Stadium lors des 19 matchs de Ligue 1 Uber Eats et des grands rendez-vous nationaux ou européens. C'est avoir une place privilégiée, au plus près de l'action et des émotions. C'est découvrir les jeunes talents lyonnais faire des étincelles sur le terrain. C'est partager l'énergie des gones, autour d'un verre après un Derby ou lors d'un Five... Créons ces moments ensemble 365 jours par an !



2.3 TON DE VOIX

Applications

AVANT

Musée

Vivez ces petites histoires qui ont fait la grande

LE FOOTBALL EST UN JEU

Testez vos connaissances grâce aux dispositifs interactifs et affrontez vos proches dans les jeux présents sur les différents espaces.

LE FOOTBALL EST UNE ÉMOTION

Durant votre visite, vous allez mettre tous vos sens à contribution : sentir l'odeur caractéristique de la pelouse, écouter les chants mythiques des supporters, visionner des témoignages inédits ou encore ressentir l'énergie particulière d'un vestiaire un soir de match... Ici, l'Histoire est racontée par ceux qui l'ont vécue.

LE FOOTBALL EST UNE CULTURE

Le football est une institution qui évolue au gré des changements et de la société. Venez découvrir des objets insolites et des anecdotes incroyables qui forgent et ont forgé l'identité de l'Olympique Lyonnais aujourd'hui.

APRÈS

Musée

Vibrez avec les hommes et les femmes qui ont créé la légende

LE FOOTBALL EST UN DÉFI

Apprenez-en davantage sur l'histoire de l'Olympique Lyonnais et défiez vos amis dans les jeux présents sur les différents espaces.

LE FOOTBALL EST UNE ÉMOTION COLLECTIVE

Durant votre visite, nous allons vibrer à l'unisson. Ensemble, nous écouterons les chants mythiques des supporters, nous sentirons l'odeur du gazon fraîchement coupé, nous partagerons les témoignages inédits des hommes qui ont créé le club et surtout nous tremblerons d'un même bloc, avec les joueurs, dans le vestiaire la veille d'un match... Ici, l'Histoire ne se raconte pas, elle se vit.

LE FOOTBALL EST EN MOUVEMENT

Si le football est le reflet de la société, notre football souhaite inspirer les futures générations de joueurs et de supporters. Nous nous réinventons en permanence pour aller toujours de l'avant et construire l'avant-garde du football. Venez découvrir comment l'Olympique Lyonnais a révolutionné le football français en donnant sa chance au football féminin et en créant son propre modèle.



2.3 TON DE VOIX

Applications

AVANT

Anniversaire

Le tweet

**Joyeux Anniversaire à Raymond Domenech
qui fête ses 70 ans aujourd’hui**

Le tweet

**Joyeux Anniversaire à notre lyonnaise @AmelMajri7
qui fête ses 27 ans ce mardi !**

APRÈS

Anniversaire

Le tweet

**Nous souhaitons un joyeux anniversaire à Raymond Domenech
qui fête ses 70 ans aujourd’hui. Encore merci pour tous ces souvenirs
sous le maillot et sur le banc de l’OL. Ensemble, nous avons rejoint l’élite.
#Lyonnais #Légende #89/90**

Le tweet

**Joyeux Anniversaire à notre lyonnaise @AmelMajri7.
Nous avons hâte de te revoir sur le terrain !
#Lyonnaise #Talent #Future**



2.3 TON DE VOIX

Applications

AVANT

Recrutement

MATHIEU PATOUILLET SIGNE UN CONTRAT STAGIAIRE DE 2 ANS

Gardien de but de la génération 2004, Mathieu Patouillet a signé ce jeudi un contrat stagiaire de 2 ans avec l'Olympique Lyonnais, soit jusqu'au 30 juin 2024.

APRÈS

Recrutement

NOTRE JEUNE TALENT MATHIEU PATOUILLET SIGNE SON PREMIER CONTRAT STAGIAIRE

Nous sommes heureux d'accueillir Mathieu Patouillet et de voir ses premières étincelles sur le terrain. Gardien de but de la génération 2004, le jeune joueur s'était révélé lors de la 32e finale de Gambardella face à Metz. Il sera désormais avec nous jusqu'au 30 juin 2024. Nous préparons la relève.

Le tweet

**Félicitations à Mathieu Patouillet qui signe avec nous son premier contrat stagiaire pour deux ans !
#Relève #Future #Jeunesse #Talent**

2.3 TON DE VOIX

Applications

AVANT

Actu : Innovation

OL academy : ouverture d'un centre de perfectionnement pour les jeunes gardiens de but

Le tweet

#OL academy : ouverture d'un centre de perfectionnement pour les jeunes gardiens de but

APRÈS

Actu : Innovation

FAIRE ÉVOLUER LES JEUNES GARDIENS : UN NOUVEAU CENTRE DE PERFECTIONNEMENT POUR LES JEUNES GARDIENS DE L'OL ACADEMY

Nous continuons d'investir dans la jeunesse et la formation.

Et dans un poste particulier : les gardiens de but.

C'est pourquoi nous inaugurons un centre de perfectionnement au sein de l'OL Academy qui aura pour mission d'accompagner les talents d'aujourd'hui et de demain. Nos innovations : une nouvelle prise en charge, des installations modernes et innovantes...

Le tweet

Nous préparons l'avenir et sommes fiers d'annoncer la création d'un centre de perfectionnement pour les jeunes gardiens de but au sein de l'OL Academy. Car les jeunes d'aujourd'hui sont les talents de demain ! #OLAcademy #Future #Talents

2.3 TON DE VOIX

Applications

**LE TON DE VOIX EST
NÉANMOINS À UTILISER
AVEC MODÉRATION
SELON LES MESSAGES.**



2.3 TON DE VOIX

Applications

AVANT

Actu : Résiliation d'un joueur

**L'OLYMPIQUE LYONNAIS INFORME AVOIR TROUVÉ UN ACCORD À L'AMIABLE
AVEC MARCELO POUR UNE RÉSILIATION DE SON CONTRAT.**

La direction du club et le défenseur ont décidé d'un commun accord de mettre fin à leur collaboration qui courrait jusqu'au au 30 juin 2023.

L'OL souhaite une bonne continuation à Marcelo qui aura fait preuve de professionnalisme depuis son arrivée en 2017, disputant 167 matches toutes compétitions confondues avec le club.

Le tweet

**L'Olympique Lyonnais informe avoir trouvé un accord à l'amiable
avec Marcelo pour une résiliation de son contrat.**

APRÈS

Actu : Résiliation d'un joueur

**L'OLYMPIQUE LYONNAIS A DÉCIDÉ D'UN COMMUN ACCORD AVEC MARCELO
DE METTRE FIN À LEUR COLLABORATION.**

Pourquoi ?

- Conserver un ton formel pour ce genre de nouvelles
- Éviter le jargon juridique
- Privilégier des verbes d'action
- Honorer l'histoire du joueur avec le club



2.3 TON DE VOIX

Des précisions à apporter

1.

L'application du ton de voix
ne se fait jamais au détriment
de l'efficacité et de la compréhension
du message.

+

2.

Tout est une question d'équilibre
et de dosage, encore plus
lorsqu'il s'agit de communiquer
de l'émotion.

+

3.

Pour le club, il est important
d'équilibrer le besoin d'engagement
des audiences (nous) et la nécessité
de référencement de la marque OL.

+

4.

L'Olympique Lyonnais,
au travers de son ton de voix,
se doit d'insuffler un esprit de conquête
et une motivation à toute épreuve.



2.3 TON DE VOIX

Des précisions à apporter

1.

L'APPLICATION DU TON DE VOIX NE SE FAIT JAMAIS AU DÉTRIMENT DE L'EFFICACITÉ ET DE LA COMPRÉHENSION DU MESSAGE.

Lorsqu'une information est communiquée, celle-ci doit rester claire, rapide à trouver et immédiate à comprendre. Cependant, il est possible par quelques « petits » marqueurs de venir ponctuer le message et de le rendre moins formel/factuel.

Exemple

« La rencontre sera diffusée sur @PVSportFR »

peut devenir

On se retrouve au stade ou sur @PVSportFR
Partageons ce moment tous unis derrière nos Gones sur @PVSportFR



2.3 TON DE VOIX

Des précisions à apporter

2.

TOUT EST UNE QUESTION D'ÉQUILIBRE ET DE DOSAGE, ENCORE PLUS LORSQU'IL S'AGIT DE COMMUNIQUER DE L'ÉMOTION.

Montrer son engagement dans le message et partager ses émotions ne signifie pas
en faire trop ou faire preuve de naïveté.

La mesure est importante : on s'exprime à propos et à bon escient.

Exemple

Notre jeune latéral s'est illustré en inscrivant le deuxième but français.

peut devenir

Félicitations à notre gone, Saël Kumbedi, pour avoir inscrit le deuxième but français.
Nous partageons la joie de Saël Kumbedi qui a inscrit le 2^{ème} but de l'équipe de France.



2.3 TON DE VOIX

Des précisions à apporter

3.

POUR LE CLUB, IL EST IMPORTANT D'ÉQUILIBRER LE BESOIN D'ENGAGEMENT DES AUDIENCES (NOUS) ET LA NÉCESSITÉ DE RÉFÉRENCEMENT DE LA MARQUE OL.

L'un des principes de ton de voix est de prioriser le "nous" pour que le club réussisse à engager et communier avec les différentes audiences. Pour autant, pour certains usages, il est nécessaire de faire vivre ce principe (« Nous », « notre équipe », « notre club », « notre OL », « nos joueuses », « nos joueurs ») avec des formulations plus neutres (« L'Olympique Lyonnais », « Les coéquipiers de A. Lacazette », « les hommes de Laurent Blanc », « les Gones/Fenottes »)...

Exemple

Nos joueurs feront demain un déplacement important à Montpellier. Les coéquipiers d'Alexandre Lacazette, double buteur la semaine dernière, auront à cœur de porter haut nos couleurs lors de ce match important pour le championnat.

Nous, Olympique Lyonnais, aimons les défis...

Notre équipe masculine de l'Olympique Lyonnais...

L'Olympique Lyonnais se déplace à Montpellier. Nous sommes prêts à défier les joueurs de...

L'Olympique Lyonnais se déplace à Lorient. Nos joueurs seront sur la pelouse du Moustoir le samedi...



2.3 TON DE VOIX

Des précisions à apporter

4.

L'OLYMPIQUE LYONNAIS, AU TRAVERS DE SON TON DE VOIX, SE DOIT D'INSUFFLER UN ESPRIT DE CONQUÊTE ET UNE MOTIVATION À TOUTE ÉPREUVE.

L'objectif du ton de voix est d'adopter une posture de supporter meneur, averti, et passionné.

**La marque, par ses messages, se doit de refléter l'envie de faire bien, de faire toujours mieux,
de partager l'énergie qui pousse le club dans sa globalité à se dépasser.
Mais l'énergie à insuffler peut se traduire par de légers marqueurs.**

Exemple

Encourageons ensemble nos joueurs qui comptent sur le soutien de leurs supporters au Stade du Moustoir !

peut devenir

Nos joueurs se déplacent au stade du Moustoir, un nouveau défi pour eux et pour nos supporters.

Combien de supporters de L'Olympique Lyonnais serons-nous dans les tribunes du Moustoir ?

Un nouveau rendez-vous pour tous nos lyonnais, sur le terrain et en tribune !



A complex, abstract blue line drawing is set against a solid red background. The lines form various geometric shapes like triangles and rectangles, some sharp and some rounded. They intersect and loop around each other, creating a sense of depth and movement.

IDENTITÉ VISUELLE

51

LOGOTYPE





3.1 LOGOTYPE

Club



AVANT



APRÈS

Évolution

Une évolution du logotype Olympique Lyonnais pour une marque plus moderne et compatible sur tous les supports, tout en préservant ses fondations.



3.1 LOGOTYPE

Évolution

La structure

Toujours dans la volonté de digitaliser la marque et de simplifier son utilisation, les filets ont été retirés sur les lettres OL mais encerclent toujours le blason afin de laisser un espace blanc de respiration pour éviter les vibrations avec le rouge et le bleu et pour faciliter sa lecture.

Le Lion

Le lion reste un emblème fort pour le logo, celui-ci a été simplifié et légèrement épaisse pour lui donner plus de statut et de modernité.



La typographie

Dans un souci d'unité avec les lettres OL, la typographie de l'Olympique Lyonnais a évolué vers une version plus ronde afin de créer une connexion plus forte entre les deux ingrédients et renforcer l'unité du bloc marque.

La couleur

Pour un comportement plus digital, tout en respectant les proportions de l'ancien logotype, le bleu, le rouge et l'or ont été dynamisés pour moderniser la marque.

3.1 LOGOTYPE

Principal



Composition

Le logotype est composé de trois éléments :

- Le nom en typographie OLYMPIQUE LYONNAIS
- Le lion
- Le blason

Ce logotype est destiné à l'utilisation principale sur tous les supports de communication de la marque. Les couleurs, la structure et les proportions de chaque élément sont immuables.

3.1 LOGOTYPE

Couleurs



Utilisations principales

Le logotype est composé de deux couleurs principales ; le rouge et le bleu, et de deux couleurs secondaires ; le blanc et l'or.

Il est utilisé sur fond blanc, rouge et bleu.



3.1 LOGOTYPE

Couleurs



Utilisations sur différents fonds

Le logotype peut être utilisé sur différents fonds de couleurs, sur un fond texturé ou sur un visuel à condition de ne pas perturber sa lisibilité.

Sur fond doré, le contour doré disparaît volontairement.



3.1 LOGOTYPE

Zone de protection et taille minimale



Zone de protection

La zone de protection est égale à la largeur du « L » de l'OL et aucun élément ne peut apparaître dans cette zone pour assurer la lisibilité du logotype.

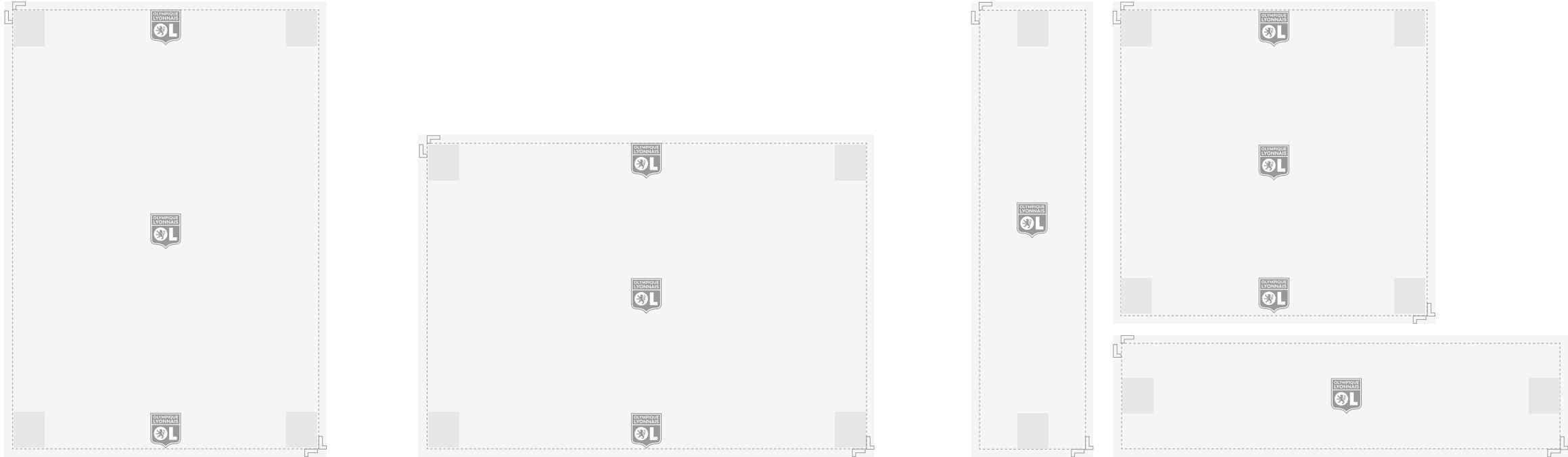
Taille minimale

La taille minimale d'utilisation du logotype est de 12 mm de largeur pour assurer sa lisibilité.



3.1 LOGOTYPE

Position



Placement

La position du logotype peut être flexible afin de s'adapter au mieux aux différentes contraintes de formats, de visuels, de textes.

Il faut conserver au minimum une fois la largeur du « L » de l'OL autour du logotype lors du placement.



3.1 LOGOTYPE

Utilisations interdites



1.



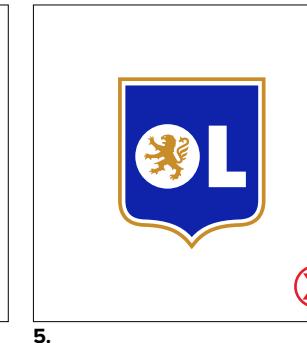
2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.

Utilisations interdites

- 1.-2. Ne pas modifier les couleurs du logotype.
- 3. Ne pas modifier la typographie du logotype.
- 4. Ne pas changer la proportion des éléments du logotype.
- 5. Ne pas altérer les éléments du logotype.
- 6. Ne pas déformer le logotype.
- 7. Ne pas utiliser le logotype verticalement.
- 8. Ne pas insérer une texture ou un visuel dans le logotype.
- 9. Ne pas utiliser le logotype transparent sur un fond visuel.

3.1 LOGOTYPE

Filaire monochrome



Utilisations principales

La version monochrome filaire du logotype peut être utilisée en cas de contraintes d'impression particulières ou sur un fond visuel pour une lisibilité optimale.

Cette version peut être utilisée pour des supports tels que les réseaux sociaux, TV et merchandising.

Pour cette version, il est préférable d'utiliser les couleurs du club ; le rouge et le bleu sur fond blanc.

Le logotype blanc sera utilisé sur fond rouge, bleu ou un fond visuel.



3.1 LOGOTYPE

Filaire monochrome



LOGOTYPE EN NOIR

Utilisations sur différents fonds

La version filaire monochrome du logotype peut être utilisée sur différents fonds de couleurs ou sur un visuel à condition de ne pas perturber sa lisibilité.

Le logotype en or est une autre utilisation possible pour la version monochrome.

Utilisations spécifiques

Le logotype en noir sera utilisé lorsque l'utilisation de couleurs est impossible.



3.1 LOGOTYPE

Monochrome en aplat



Utilisations principales

La version monochrome du logotype en aplat est une alternative à la version monochrome filaire.



3.1 LOGOTYPE

Monochrome en aplat



UTILISATION SPÉCIFIQUE

LOGOTYPE EN NOIR

Utilisations sur différents fonds

La version monochrome du logotype en aplat peut être utilisée sur différents fonds de couleurs ou sur un visuel à condition de ne pas perturber sa lisibilité.

Le logotype en or est une autre utilisation possible pour la version monochrome.

Utilisations spécifiques

Logotype blanc avec fond noir pour permettre sa lisibilité sur fond visuel.

Le logotype en noir sera utilisé lorsque l'utilisation de couleurs est impossible.

3.1 LOGOTYPE

Utilisations interdites

FILAIRE MONOCHROME



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.

MONOCHROME EN APLAT



1.



2.



3.



4.



5.



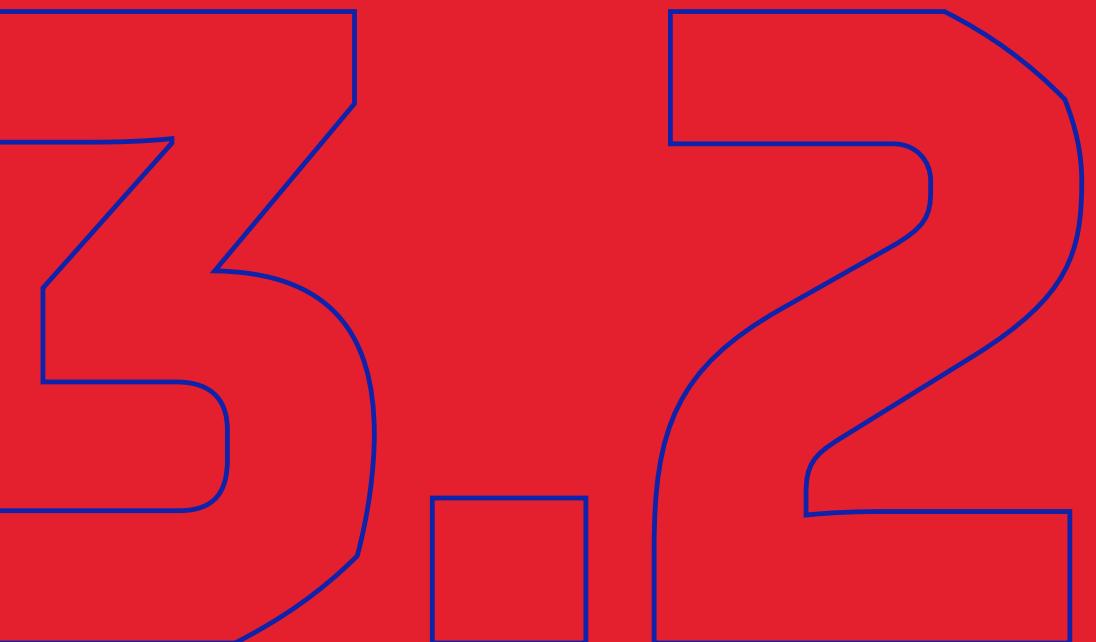
6.



7.

Utilisations interdites

1. Ne pas modifier les couleurs du logotype.
2. Ne pas utiliser le logotype rouge sur fond bleu ou l'inverse.
3. Ne pas utiliser le logotype rouge ou bleu sur fond or.
4. Ne pas utiliser le logotype noir sur fond couleur.
5. Ne pas utiliser le logotype noir sur fond visuel.
6. Ne pas utiliser le logotype blanc sur un fond perturbant sa lisibilité.
7. Ne pas insérer une texture ou un visuel dans le logotype.



ARCHITECTURE DE MARQUE



3.2 ARCHITECTURE DE MARQUE

Présentation

De nombreuses marques évoluent au sein de l'écosystème Olympique Lyonnais. Elles sont toutes connectées grandement au football et affichent donc le blason du club, mais elles n'en restent pas moins singulières. Voici la segmentation et les règles de gestion associées qui constituent l'ensemble des marques de l'Olympique Lyonnais.



MASCULIN



RESEAU
SPORT
FC LYON



OL
STORE



FONDATION
SOLIDAIRE SUR TOUS LES TERRAINS

Equipes professionnelles

Les marques des équipes féminines et masculines ainsi que la gestion des partenariats.

Formation et transmission

Les marques qui mettent à l'honneur les partenariats internationaux ainsi que les réseaux de formation et de transmission du savoir-faire.

Expérience football

Toutes les marques en lien avec les publics supporters de l'OL, les marques leur offrant des expériences supporters, B2C et B2B ou de restauration.

Fondation et entités juridiques

Les marques juridiques ayant une fonction administrative, une fonction connexe au club de football OL.

3.2 ARCHITECTURE DE MARQUE

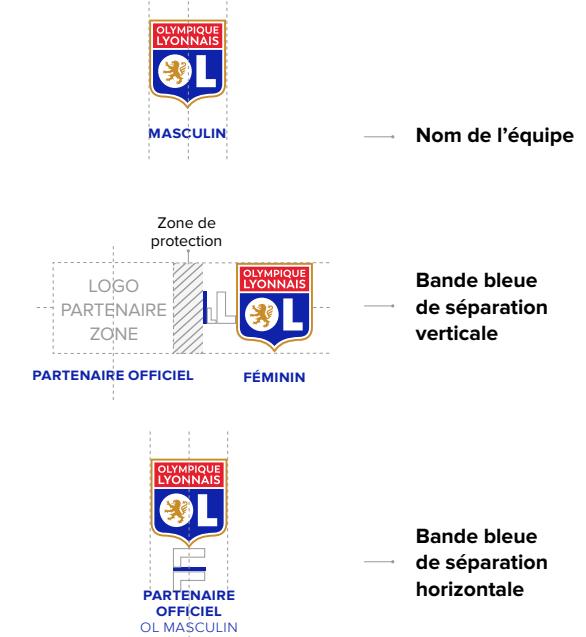
Equipes professionnelles



MASCULIN FÉMININ ACADEMY



Le texte « PARTENAIRE OFFICIEL »
ne doit pas dépasser
la bande bleue de séparation.



Les tailles et les proportions de chaque logotype doivent être respectées.

Il est impératif d'utiliser les fichiers sources fournis pour la déclinaison de ces logotypes.

Construction

Cette famille de logotypes se compose de deux éléments :

- Logotype Club
- Nom de l'équipe en bleu

Le nom de l'équipe est positionné en bas, centré par rapport au blason. Lorsque le logo Club est associé au logo partenaire ou au nom de l'équipe, la bande bleue doit être utilisée horizontalement ou verticalement pour séparer ces deux éléments.

3.2 ARCHITECTURE DE MARQUE

Formation et transmission



OL
LEGENDES



RESEAU
SPORT
FC LYON



RESEAU
SPORT EXCELLENCE
FC LYON



STAGES
OFFICIELS
FC LYON



FOOTBALL
COACH EXPERTISE
FC LYON



OL
CAMPUS



INTERNATIONAL
FOOTBALL PARTNER
LIBAN



RESEAU
SPORT
FC LYON

- Nom de l'entité
- Nom du club partenaire ou des réseaux de formation et de transmission

Les tailles et les proportions de chaque logotype doivent être respectées.

Il est impératif d'utiliser les fichiers sources fournis pour la déclinaison de ces logotypes.

Construction

Cette famille de logotypes se compose de trois éléments :

- Logotype Club
- Nom de l'entité en bleu
- Nom du club partenaire ou des réseaux de formation et de transmission en rouge

Le nom de l'entité est sur deux lignes maximum.

3.2 ARCHITECTURE DE MARQUE

Expérience football

EXPÉRIENCE
B2C



MYOL



EXPÉRIENCE
B2B



LICENCES
DE PRODUITS

OL BRASSERIE

OL CAFÉ

Les tailles et les proportions de chaque logotype doivent être respectées.

Il est impératif d'utiliser les fichiers sources fournis pour la déclinaison de ces logotypes.



→ Nom de l'entité

Construction

Cette famille de logotypes se compose de deux éléments :

- Logotype Club
- Le nom de l'entité dans notre typographie OL Stadium

Le nom de l'entité est sur deux lignes maximum.

3.2 ARCHITECTURE DE MARQUE

Fondation et entités juridiques



Les tailles et les proportions de chaque logotype doivent être respectées.

Il est impératif d'utiliser les fichiers sources fournis pour la déclinaison de ces logotypes.



Construction

Ce logotype est composé de trois éléments :

- Logotype Club
- Nom de l'entité en bleu
- Texte d'engagement en rouge





COULEURS



3.3 COULEURS

OL ROUGE

PANTONE
185 C

C 0 M 95 J 80 N 0
R 229 V 32 B 46
#E5202E

OL BLEU

PANTONE
2736 C

C 100 M 90 J 0 N 0
R 15 V 35 B 170
#0F23AA

BLANC

C 0 M 0 J 0 N 0
R 255 V 255 B 255
#FFFFFF

OR

PANTONE
7550 C
PANTONE METALLIC
10401 C

C 5 M 40 J 95 N 10
R 200 V 140 B 40
#C88C28

GRIS

PANTONE
7541 C (85 %)

C 0 M 0 J 0 N 7
R 245 V 245 B 245
#F5F5F5

NOIR

PANTONE
BLACK C

C 0 M 0 J 0 N 100
R 0 V 0 B 0
#000000

Couleurs Principales

Le bleu et le rouge sont les couleurs principales de l'OL.
Elles sont accompagnées par les couleurs secondaires,
le blanc et l'or, qui font pleinement partie de son identité.

Couleurs secondaires

- Le blanc
- L'or est utilisé par petites touches pour valoriser les textes ou les éléments graphiques.

Couleurs d'accompagnement

- Le gris clair est utilisé pour dynamiser les mises en page ou pour isoler les informations importantes.
- Le noir est destiné aux textes courants et son utilisation est mineure.





TYPOGRAPHIES

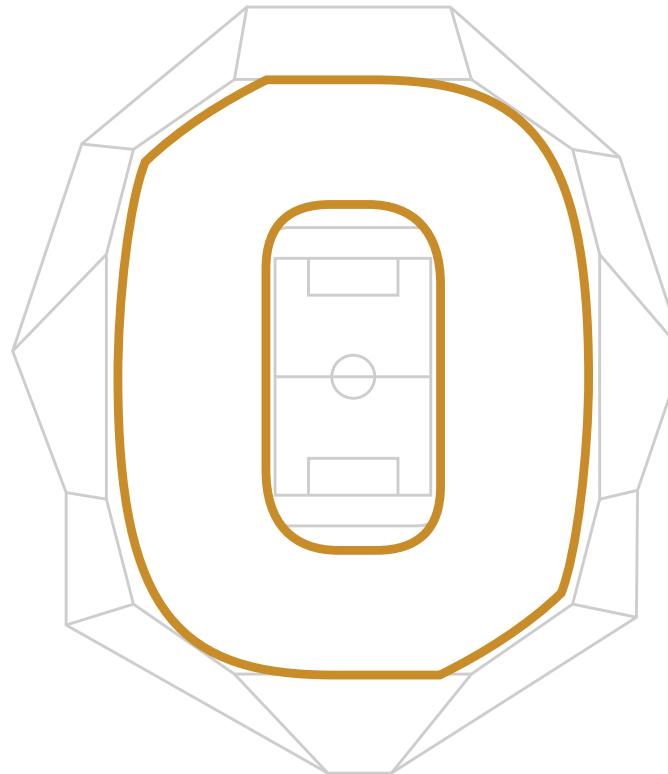




3.4 TYPOGRAPHIES

OL Stadium

inspirée par



notre stade

La typographie OL Stadium a été créée en s'inspirant de la forme du stade de l'Olympique Lyonnais. Avec sa forme puissante et géométrique, cette typographie propriétaire sera utilisée sur tous les supports de communication de l'Olympique Lyonnais pour assurer une cohérence parfaite au sein de l'univers de la marque.



3.4 TYPOGRAPHIES

OL STADIUM

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

OL Stadium

Typographie principale de la marque. Le regular en capital sera utilisé pour des titres et valoriser une phrase courte ou un mot. Les textes en contour peuvent être appliqués pour dynamiser la mise en page. Selon les supports, il est important de s'assurer de l'épaisseur du contour pour assurer la lisibilité du texte.

- Voici des exemples d'épaisseur :
- Taille de typo 60 pt / Contour 0,5 pt
 - Taille de typo 300 pt / Contour 2 pt

A

Proxima Nova

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t
u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

/Light
/Regular
/Medium
/Bold

Mauritius Italic

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t
u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Mauritius

Typographie d'accompagnement. Cette police serif en regular italic sera utilisée pour des sous-titres et une phrase.

Proxima Nova

Typographie pour des textes courants. Les quatre graisses bold, medium, regular et light seront utilisées pour hiérarchiser et harmoniser les messages.



3.4 TYPOGRAPHIES

Exemples d'utilisations des couleurs





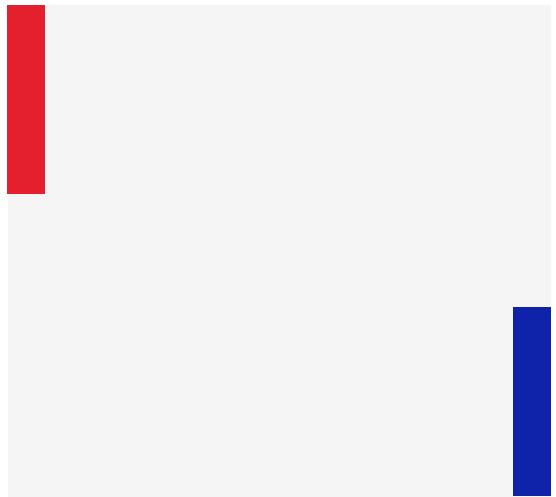
CODES GRAPHIQUES





3.5 CODES GRAPHIQUES

Présentation



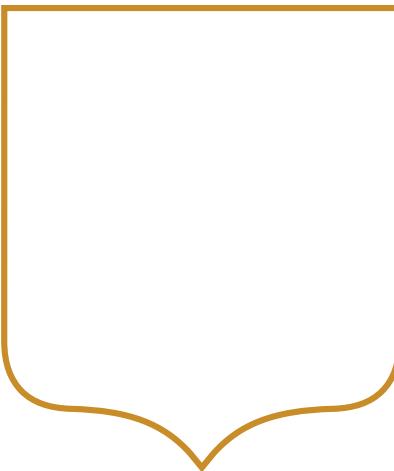
Le double-bande

La double-bande verticale « rouge et bleue ».



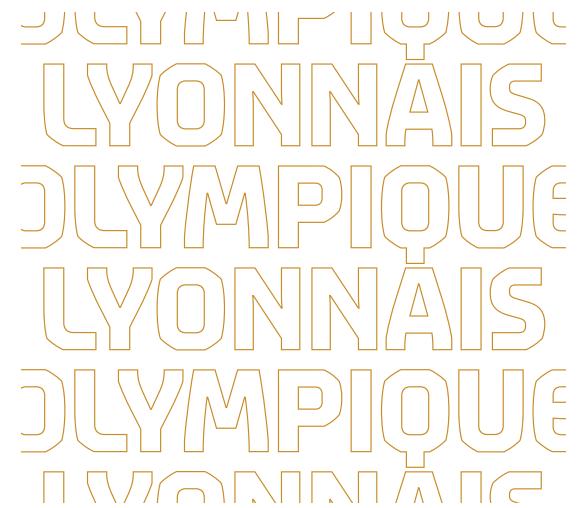
Le lion

L'emblème de notre club.



Le blason

Notre histoire. Forme statutaire et moderne.



Le pattern

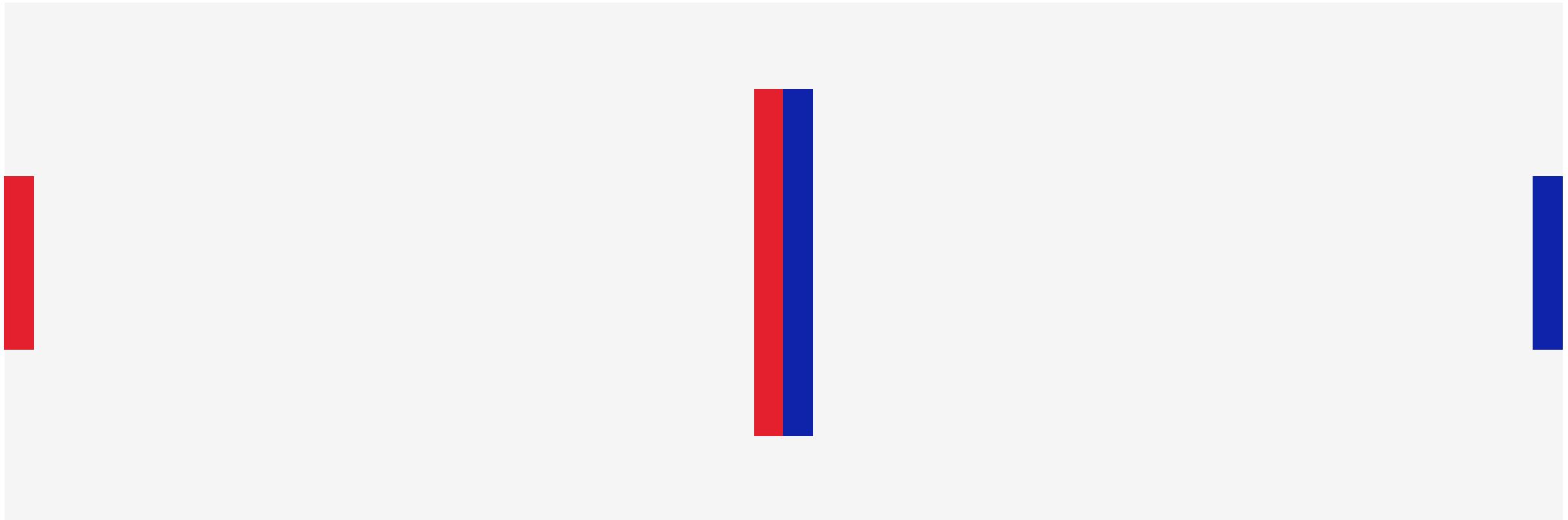
Notre nom Olympique Lyonnais dans notre typographie propriétaire OL Stadium.

Nos quatre éléments graphiques extraits de notre logotype et notre typographie OL Stadium peuvent être associés pour constituer notre univers de marque.



3.5 CODES GRAPHIQUES

Double-bande



Utilisations

La double-bande « rouge et bleue » est utilisée comme une fenêtre de prise de parole verbale ou visuelle.



NICOLÁS TAGLIAFICO



DÉFENSEUR, 3



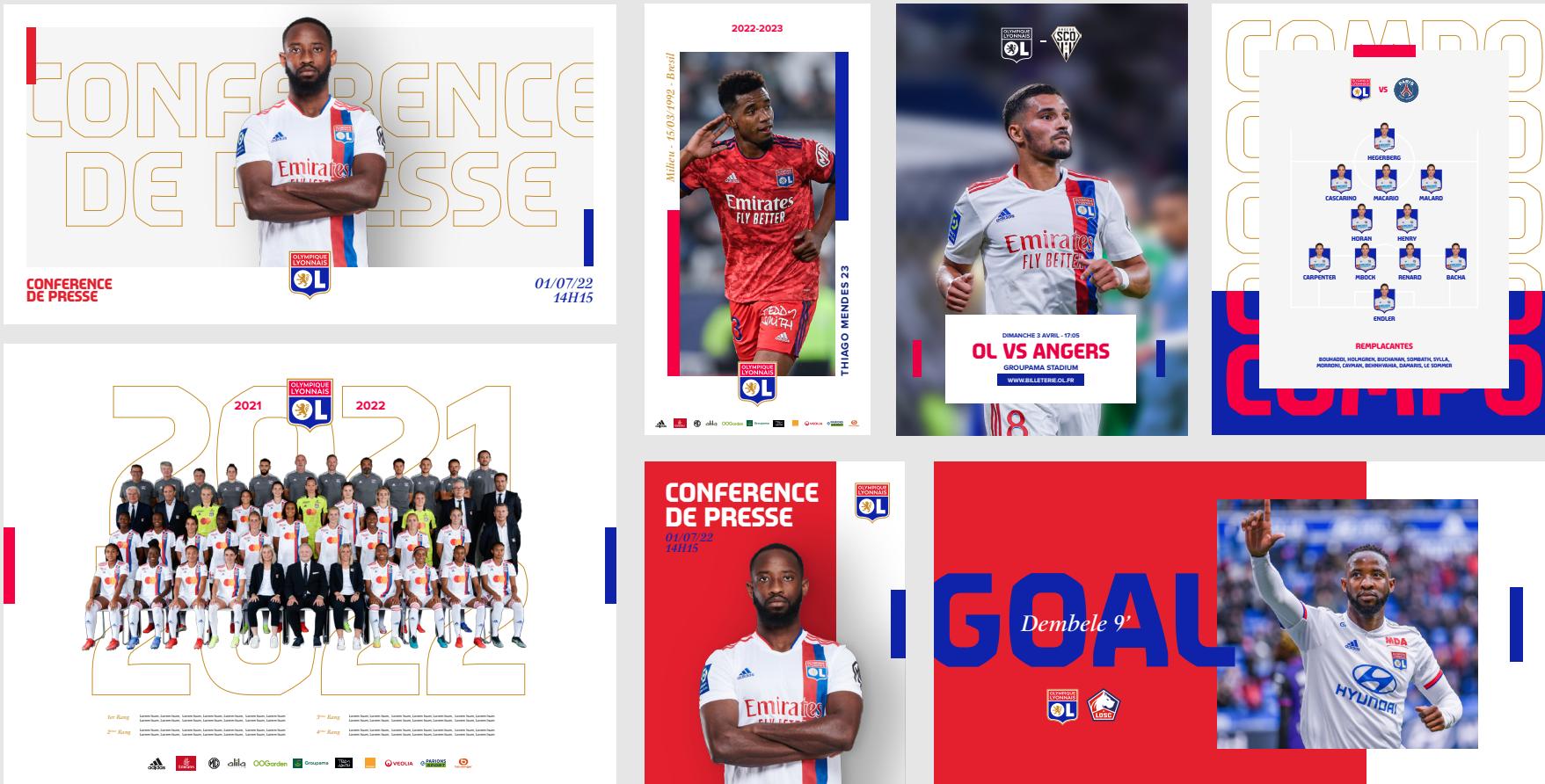
ADA HEGGERBERG



ATTAQUANTE, 14

3.5 CODES GRAPHIQUES

Double-bande



Vue globale d'utilisations

3.5 CODES GRAPHIQUES

Double-bande

AUTORISÉ



Utilisations

Les deux bandes verticales ; bande rouge toujours au début et bande bleue toujours à la fin ; seront utilisées pour valoriser les textes ou un visuel.

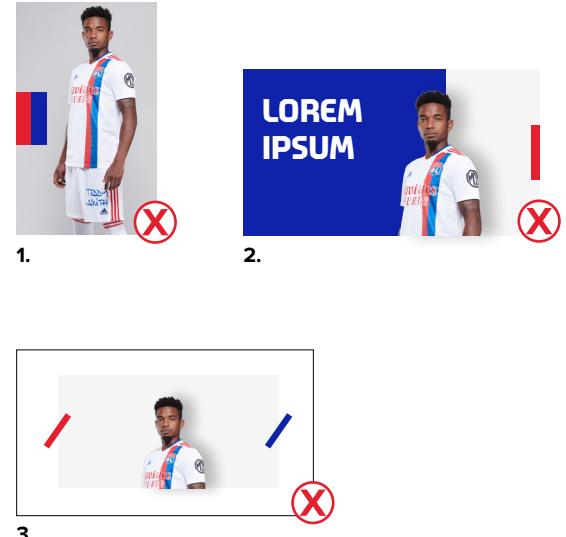
Elle peut être alignée, décalée, utilisée en aplat pour dynamiser la mise en page.

Elle peut être utilisée horizontalement ; bande rouge en haut et bande bleue en bas ; pour mieux s'adapter aux contraintes de mise en page.



- La double-bande « rouge et bleue » peut être utilisée du même côté uniquement sur les maillots d'équipe.

INTERDIT



Utilisations interdites

1. Ne pas utiliser les deux mini bandes du même côté.
2. Ne pas intervertir les couleurs de la double-bande. La bande rouge doit toujours précéder la bleue ; à gauche ou au-dessus de la bande bleue.
3. Ne pas utiliser la double-bande en oblique.

3.5 CODES GRAPHIQUES

Le lion



Utilisations

Le lion est utilisé en habillage de page afin de renforcer l'héritage et le statut de la marque.





Nous défions

H E G E B E R G #14

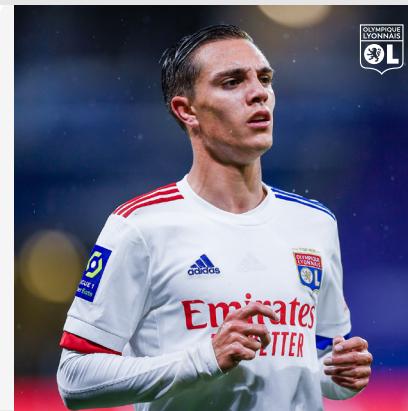
Ada

l'aleatoire



3.5 CODES GRAPHIQUES

Le lion



Vue globale d'utilisations



3.5 CODES GRAPHIQUES

Le lion

AUTORISÉ



A.



B.



C.

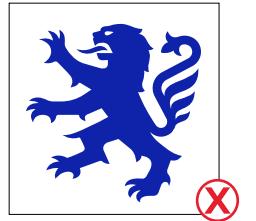


D.

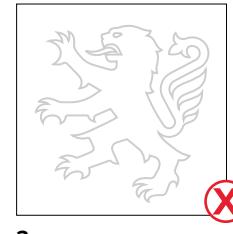
INTERDIT



1.



2.



3.

Utilisations

Pour la construction des structures graphiques de l'univers visuel Olympique Lyonnais, le lion sera utilisé en filigrane blanc sur fond gris clair.

Le cadrage peut varier en fonction du format du support.

Quelques exemples :

- A.** Cadrage moyen sur format vertical
- B.** Cadrage serré sur format vertical
- C.** Cadrage moyen sur format horizontal
- D.** Cadrage serré sur format horizontal

Utilisations interdites

- 1.** Ne pas utiliser le lion en blanc sur fond coloré.
- 2.** Ne pas utiliser d'autres couleurs que le gris clair.
- 3.** Ne pas utiliser la forme en contour.

3.5 CODES GRAPHIQUES

Le blason



Utilisations

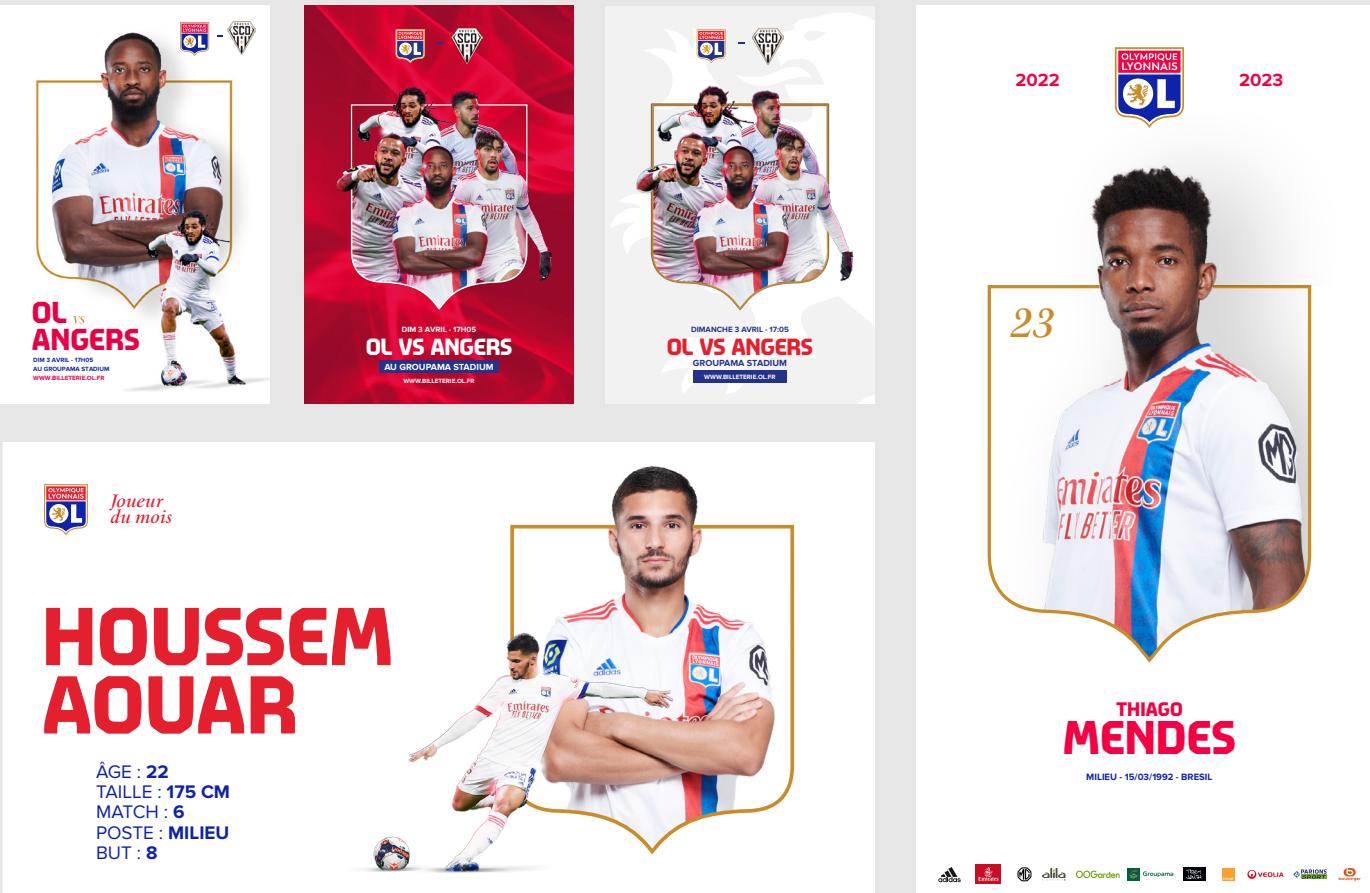
Le blason est utilisé pour encapsuler le visuel
afin de mettre en valeur un détail ou créer
une composition dynamique.





3.5 CODES GRAPHIQUES

Le blason



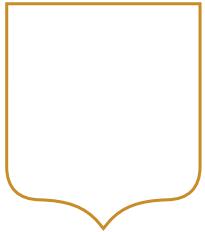
Vue globale d'utilisations



3.5 CODES GRAPHIQUES

Le blason

AUTORISÉ



Le blason

+

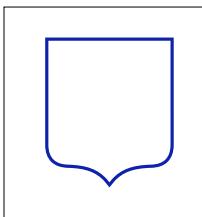
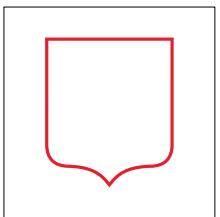
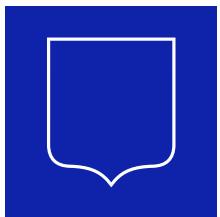
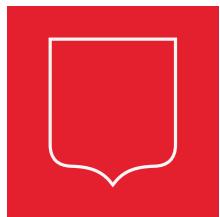


Visuel

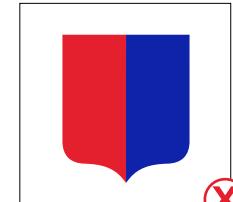
=



Composition



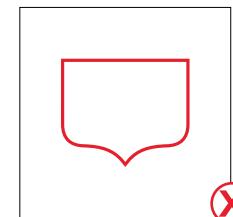
INTERDIT



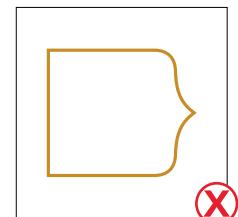
1.



2.



3.



4.

Utilisations

La forme du blason est toujours en contour et la couleur primaire est l'or.

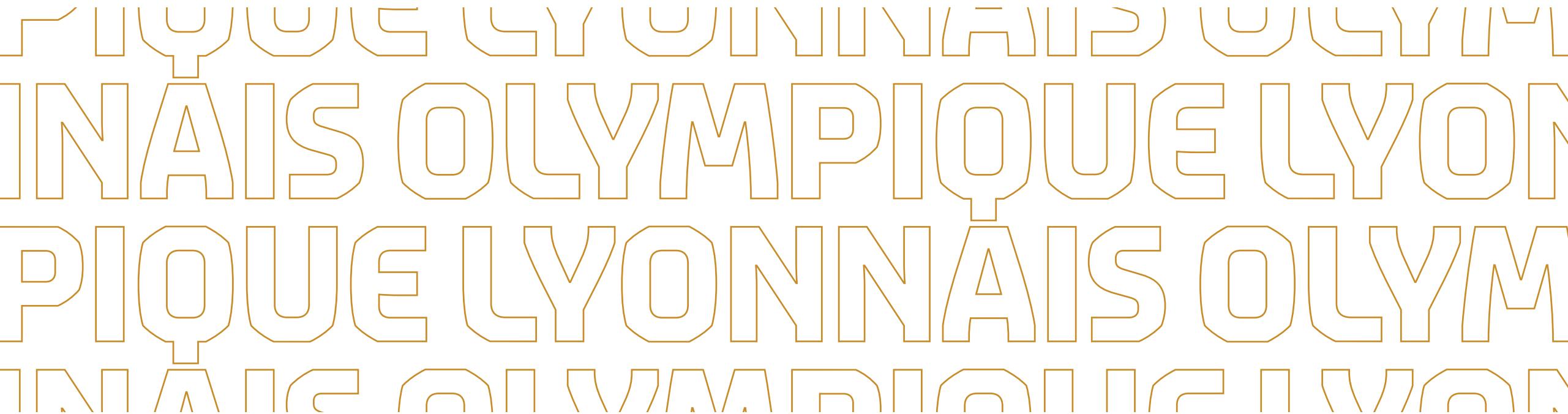
Il peut être utilisé avec les autres couleurs de la marque ; rouge, bleu et blanc.

Utilisations interdites

1. Ne pas combiner les deux couleurs aplats.
2. Ne pas modifier l'épaisseur du contour.
3. Ne pas déformer la forme du blason.
4. Ne pas utiliser le blason verticalement.

3.5 CODES GRAPHIQUES

Le pattern



Utilisations

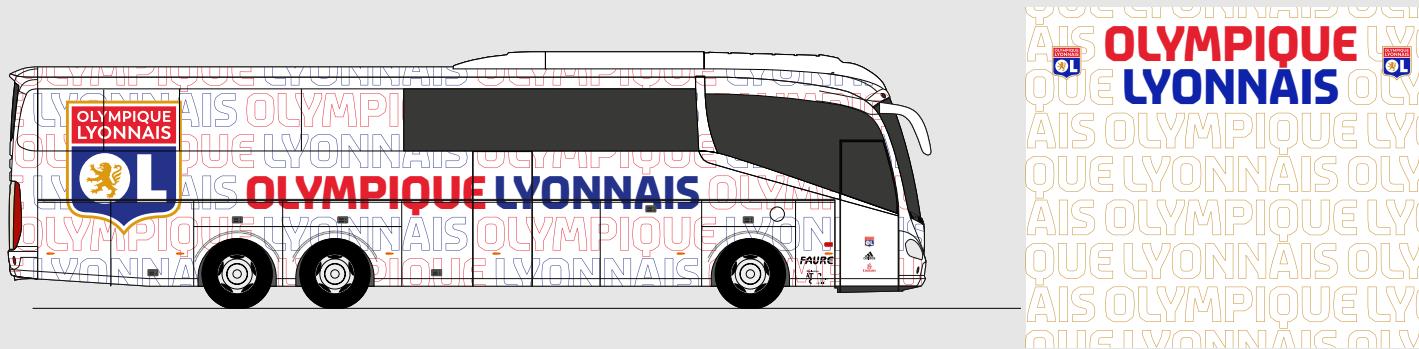
Le pattern « Olympique Lyonnais » est utilisé comme élément d'habillage.



LYONNAIS ET FIERS DE L'ÊTRE

3.5 CODES GRAPHIQUES

Le pattern



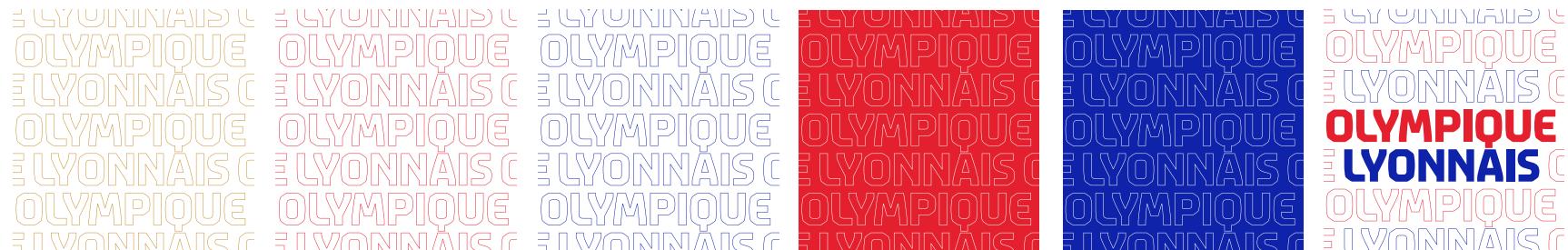
Vue globale d'utilisations



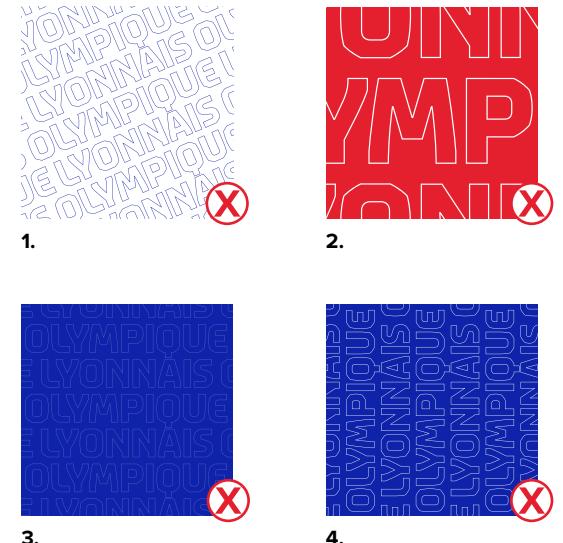
3.5 CODES GRAPHIQUES

Le pattern

AUTORISÉ



INTERDIT



Utilisations

La couleur primaire du pattern est l'or. Il peut être utilisé avec les autres couleurs de la marque ; rouge, bleu et blanc ; pour mieux s'adapter au design en monochrome ou à la combinaison rouge et bleue.

Utilisations interdites

1. Ne pas incliner le pattern.
2. Ne pas utiliser le pattern avec un cadrage trop serré rendant le nom illisible.
3. Ne pas baisser l'opacité du pattern.
4. Ne pas utiliser le pattern verticalement.

3.5 CODES GRAPHIQUES

I love OL



Utilisations

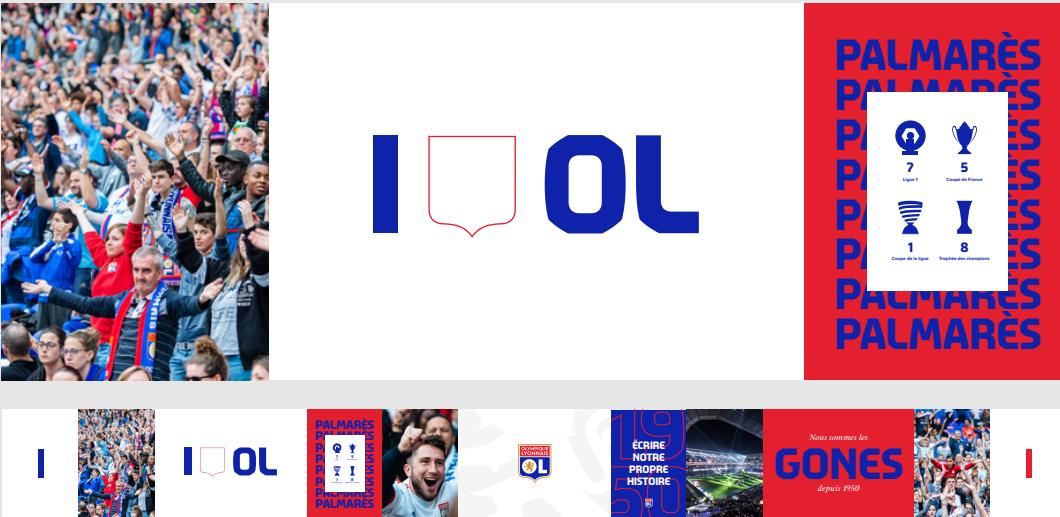
Le monogramme « I Love OL » stylisé est utilisé comme un élément graphique permettant d'enrichir une communication, un branding d'espace et un produit dérivés.





3.5 CODES GRAPHIQUES

I love OL



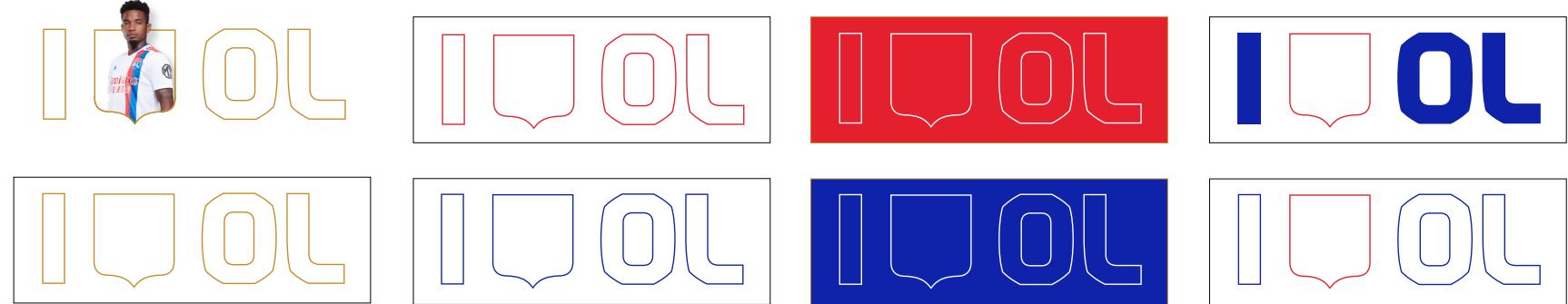
Vue globale d'utilisations



3.5 CODES GRAPHIQUES

I love OL

AUTORISÉ



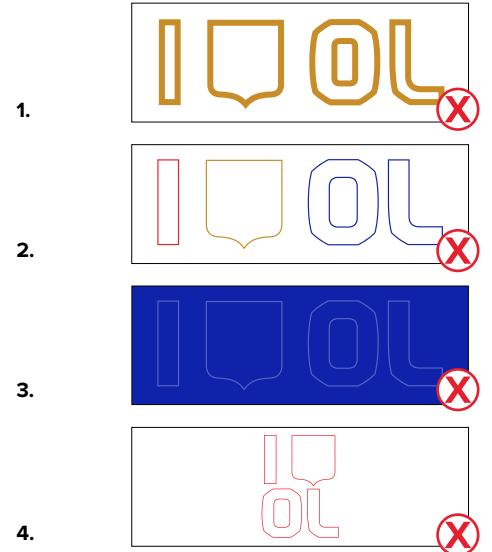
Utilisations

Le monogramme « I Love OL » est en contour et la couleur primaire est l'or. Il peut être utilisé avec les autres couleurs de la marque ; rouge, bleu et blanc ; pour mieux s'adapter au design en monochrome ou à la combinaison rouge et bleu.

Le blason peut être utilisé comme forme d'accueil de visuel.

La version lettres en bleu plein avec le blason en contour rouge a été créée pour plus d'impact sur les applications.

INTERDIT



Utilisations interdites

1. Ne pas modifier l'épaisseur du contour.
2. Ne pas utiliser le monogramme en composition de trois couleurs.
3. Ne pas baisser l'opacité.
4. Ne pas alterer la composition du monogramme.



ICONOGRAPHIES



3.6 ICONOGRAPHIES

Joueurs

Des photographies des joueurs détournées qui reflètent nos valeurs.

Fougue



Mouvement



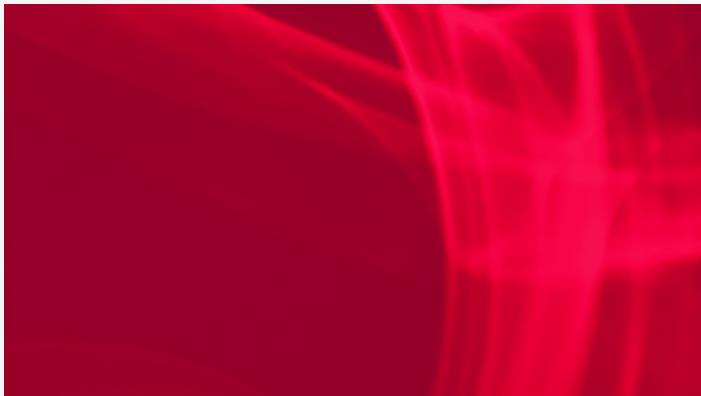
Défi



3.6 ICONOGRAPHIES

Lumière

Des lumières pour une immersion dans l'ambiance du stade les jours de match.



- Ce visuel est une intention créative pour inspiration des équipes Olympique Lyonnais en cas de photoshoot ou si volonté d'acheter des images additionnelles.

Toute autre expression graphique pourra s'inspirer de cet esprit fond texturé jouant avec la lumière.

- Gettyimages/Créatif-n° 177734997 (Olympique Lyonnais pour achat d'art)



3.6 ICONOGRAPHIES

Notre personnalité

Des photographies non détournées qui reflètent notre personnalité.

Un collectif solidaire à l'esprit d'équipe

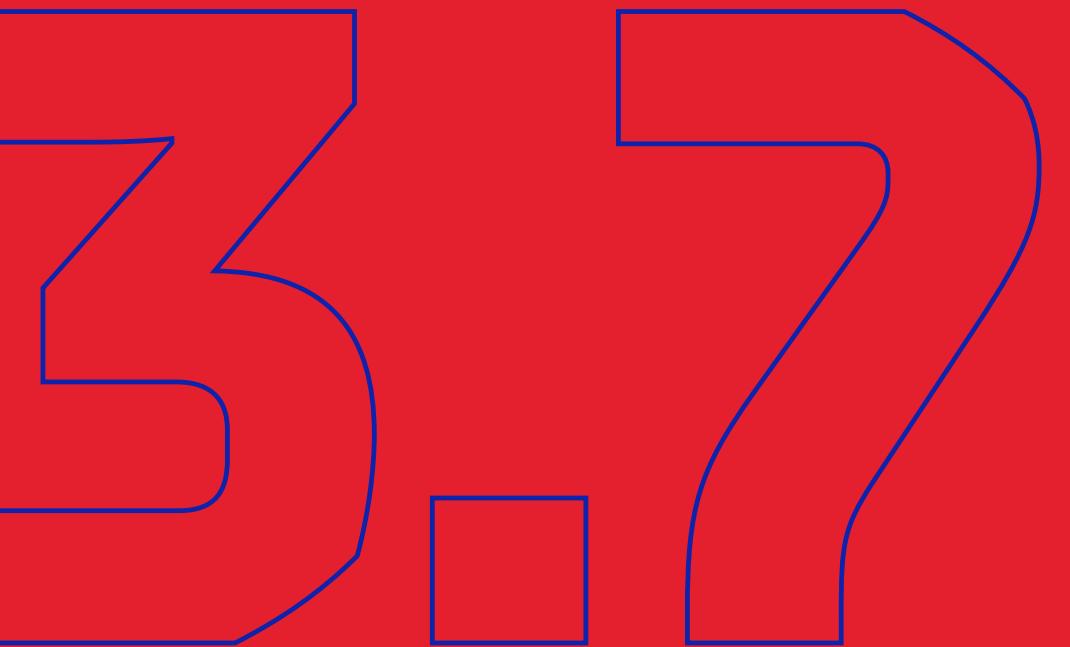


Un meneur de jeu inspirant



Un club libre





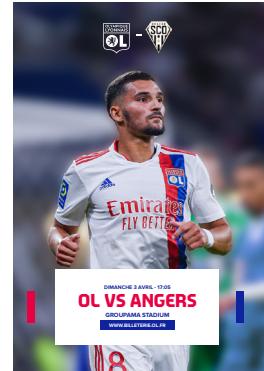
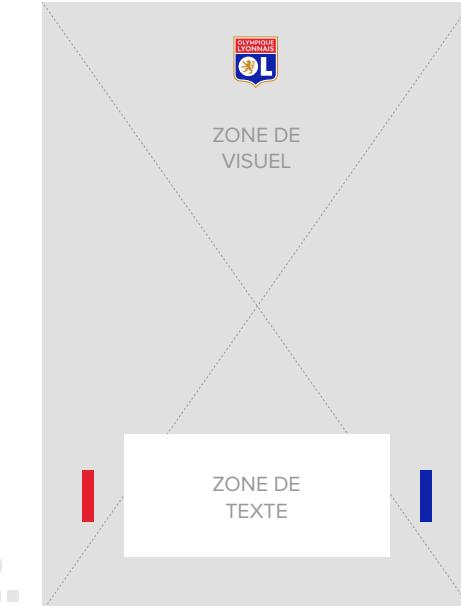
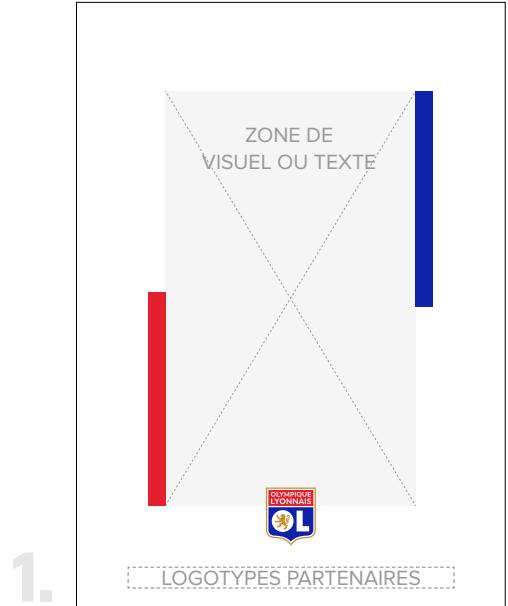
STRUCTURES GRAPHIQUES



3.7 STRUCTURES GRAPHIQUES

Générales

Quatre mises en page principales pour structurer notre univers de marque et nos prises de parole.



Structure Marie-Louise

- Une marie-louise peut être utilisée pour structurer une zone visuel ou texte.
 - Un visuel plein ou un visuel détourné sur fond gris clair peuvent être intégrés dans cette zone.
 - La double-bande verticale encadre cette zone afin de valoriser le contenu.
 - Le logotype peut être positionné en bas centré sur le format en chevauchant la zone du visuel.
 - Les logotypes partenaires peuvent être positionnés en bas du format.

Structure d'iconographie

- Visuel plein format.
 - Le bloc en blanc pour contenir les textes.
 - La double-bande verticale encadre la zone de texte afin de valoriser le contenu.
 - Le logotype peut être positioné en haut centré sur le format.

3.7 STRUCTURES GRAPHIQUES

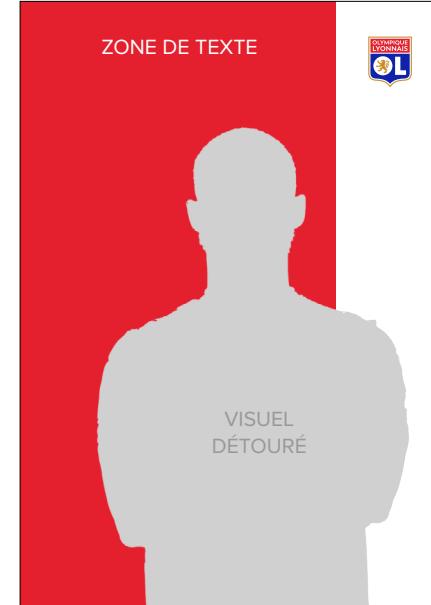
Générales

Quatre mises en page principales pour structurer notre univers de marque et nos prises de parole.

3.



4.



Structure du blason

- Le blason en or accueille un visuel détourné pour le mettre en valeur. Le visuel détourné dépasse partiellement pour créer du dynamisme.
- Le texte sera intégré dans la zone de texte.
- Le logotype est positionné en haut centré sur le format.
- Les logotypes partenaires sont positionnés en bas du format.
- Tous éléments graphiques sont centrés sur le format.

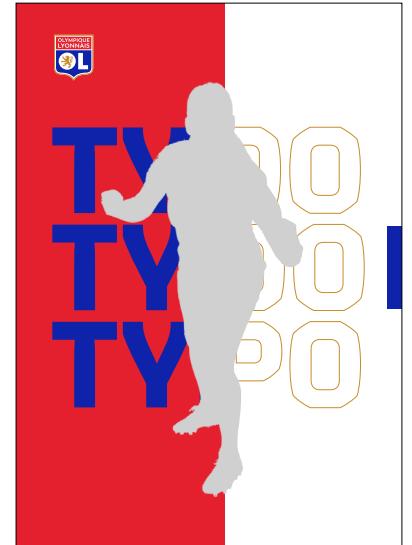
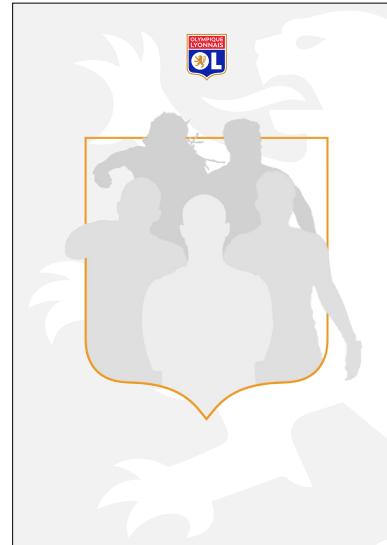
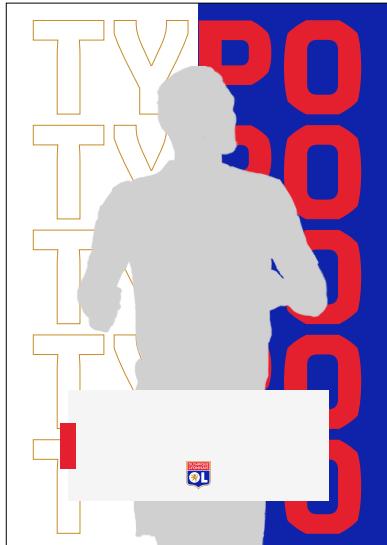
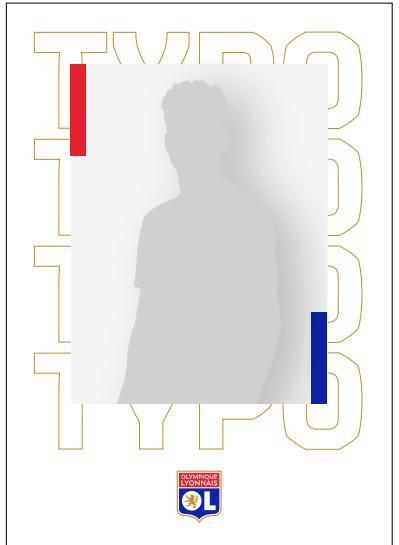
Structure double-bande

- La taille d'une des bandes verticales peut être élargie afin d'accueillir du texte ou un visuel. La bande rouge doit toujours précéder la bleue.
- Un visuel détourné peut être intégré à la composition et peut dépasser de la bande rouge pour créer plus de dynamisme.
- Le logotype est positionné en haut sur le format.

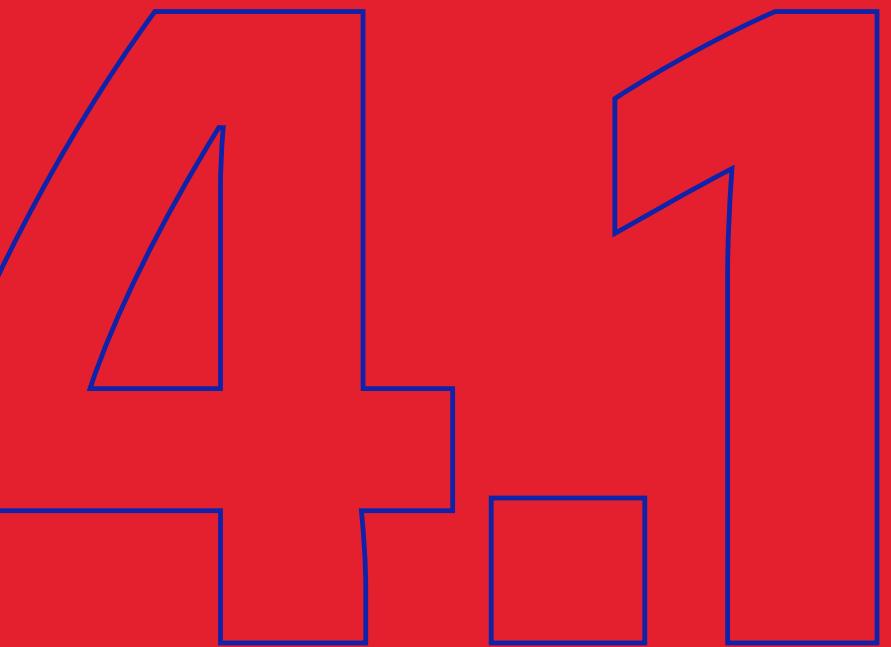
3.7 STRUCTURES GRAPHIQUES

Variantes

Les structures générales peuvent être associées avec nos codes graphiques pour diversifier notre univers de marque.



EXEMPLES D'APPLICATIONS



SUPPORTS PRINT



4.1 PRINT

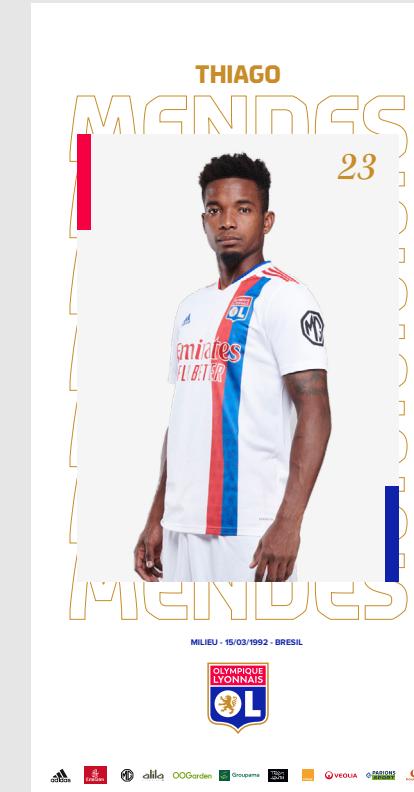
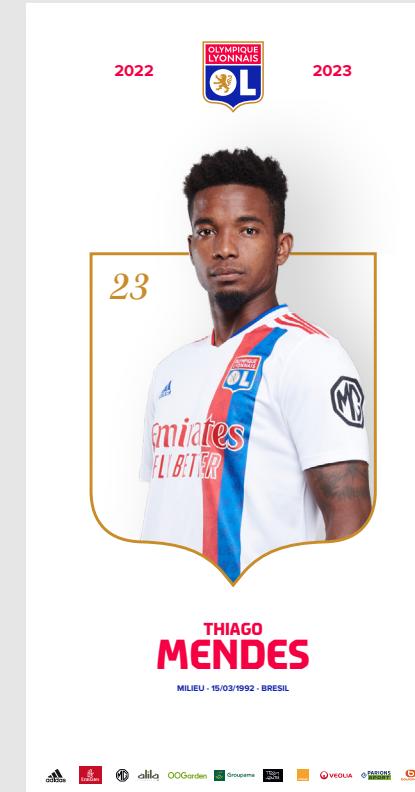
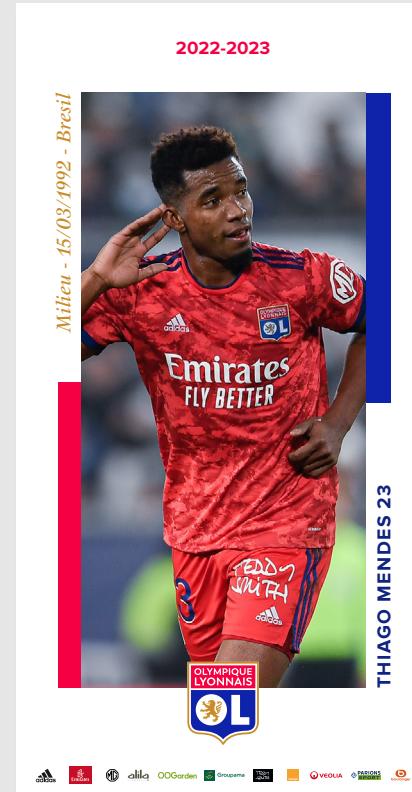
Poster équipe professionnelle

700 x 500 mm



4.1 PRINT

Carte de dédicace 100 x 210 mm



4.1 PRINT

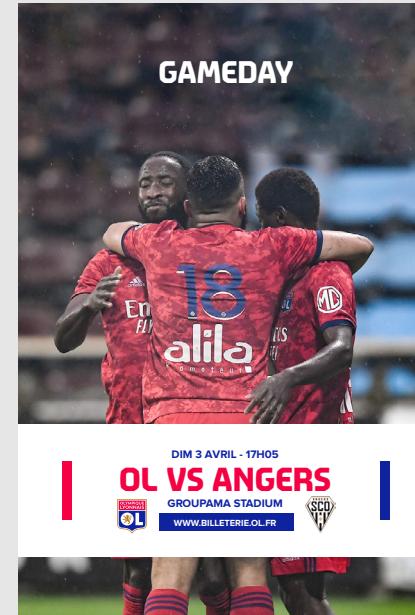
Affiche match classique #1
1185 x 1750 mm



4.1 PRINT

Affiche match classique #2

1185 x 1750 mm

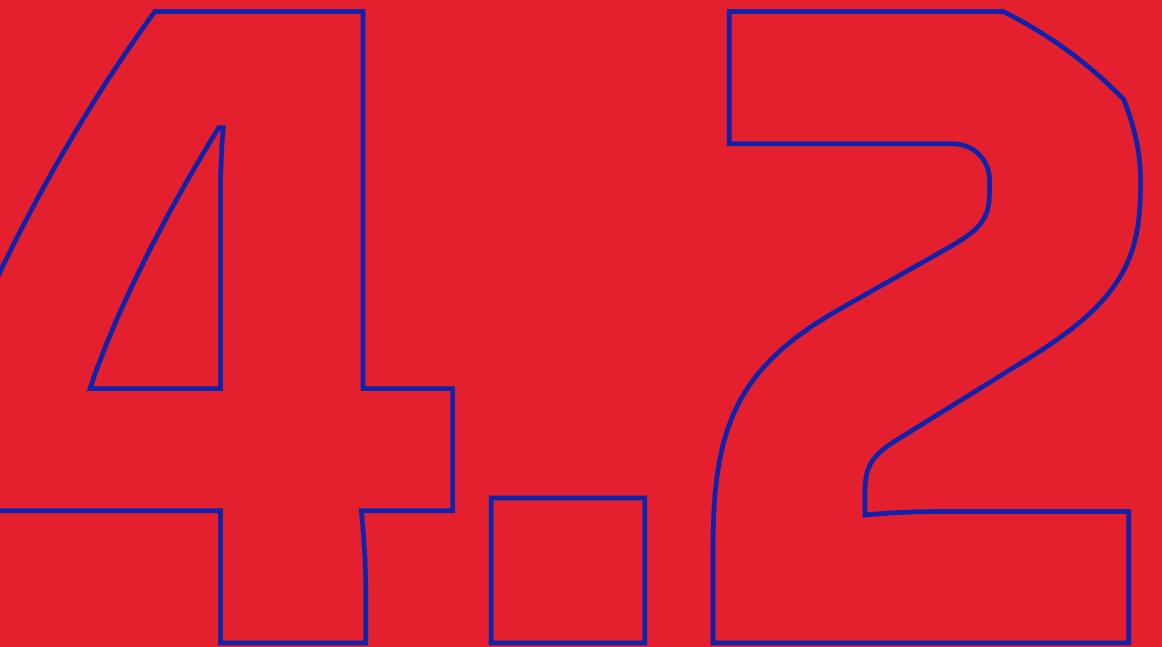


4.1 PRINT

Annonce presse match

230 x 77 mm



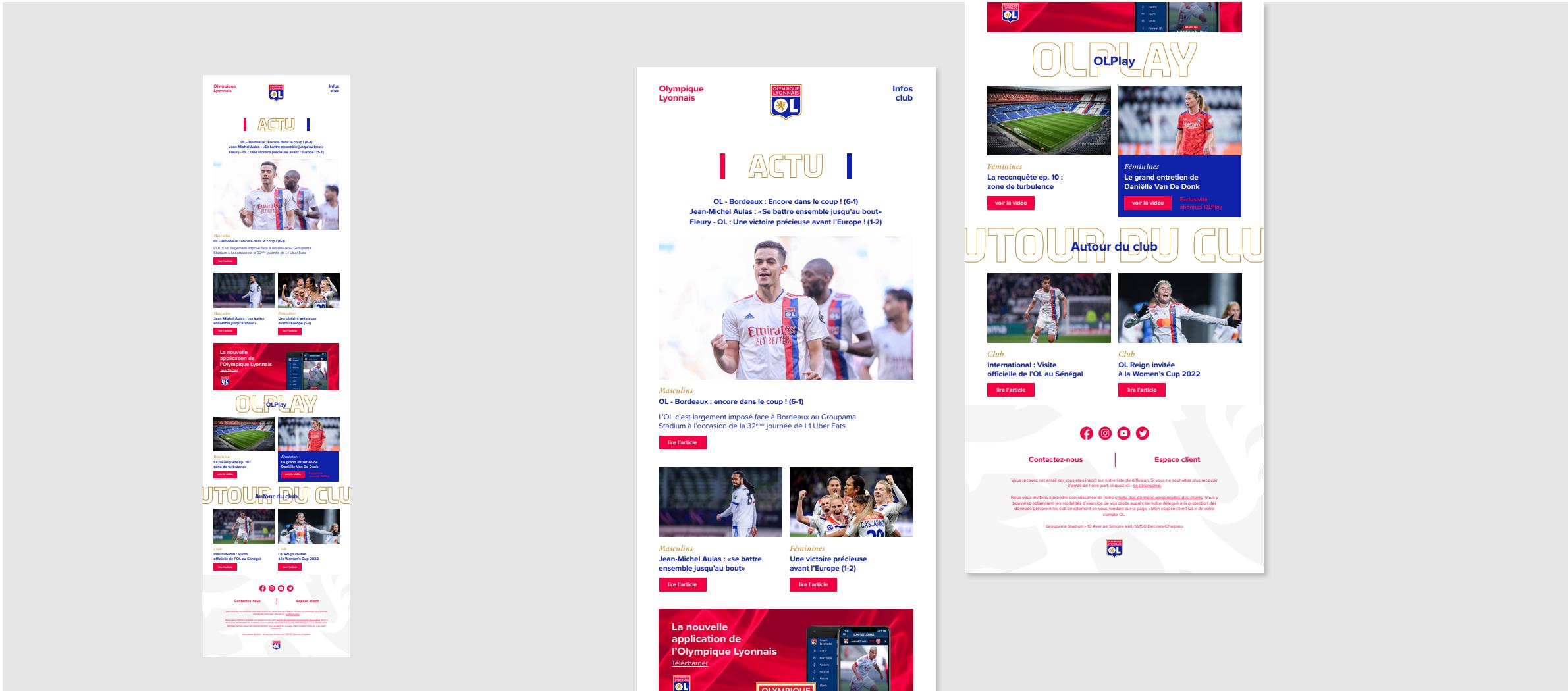


SUPPORTS DIGITAUX



4.2 DIGITAUX

Newsletter #1



4.2 DIGITAUX

Newsletter #2

Olympique Lyonnais

OL

Infos club

L'actu

OL - Bordeaux : encore dans le coup ! (6-1)

Jean-Michel Aulas : «Se battre ensemble jusqu'au bout»

Fleury - OL : Une victoire précieuse avant l'Europe ! (1-2)

Masculins

OL - Bordeaux : encore dans le coup ! (6-1)

Jean-Michel Aulas : «Se battre ensemble jusqu'au bout»

Fleury - OL : Une victoire précieuse avant l'Europe ! (1-2)

Autour du club

Club International : Visite officielle de l'OL au Sénégal

OLPlay

Application Olympique Lyonnais

Retrouvez-nous sur :

Contactez-nous | Espace client

Olympique Lyonnais

OL

Infos club

L'actu

OL - Bordeaux : Encore dans le coup ! (6-1)

Jean-Michel Aulas : «Se battre ensemble jusqu'au bout»

Fleury - OL : Une victoire précieuse avant l'Europe ! (1-2)

Masculins

OL - Bordeaux : encore dans le coup ! (6-1)

L'OL c'est largement imposé face à Bordeaux au Groupama Stadium à l'occasion de la 32^e journée de L1 Uber Eats

Autour du club

Club International : Visite officielle de l'OL au Sénégal

OLPlay

Application Olympique Lyonnais

Retrouvez-nous sur :

Contactez-nous | Espace client

OLPlay

OLPlay

Féminines

La reconquête ép. 10 : zone de turbulence

voir la vidéo

Féminines

Le grand entretien de Danièle Van De Donk

voir la vidéo

Exclusivité éditions OLPlay

Autour du club

Club International : Visite officielle de l'OL au Sénégal

Club

OL Reign invitée à la Women's Cup 2022

vire l'article

Club

OL Reign invitée à la Women's Cup 2022

vire l'article

Contactez-nous | Espace client

Vous recevez cet email car vous êtes inscrit sur notre liste de diffusion. Si vous ne souhaitez plus recevoir nos newsletters, il suffit de cliquer sur le lien de désinscription en bas de chaque message.

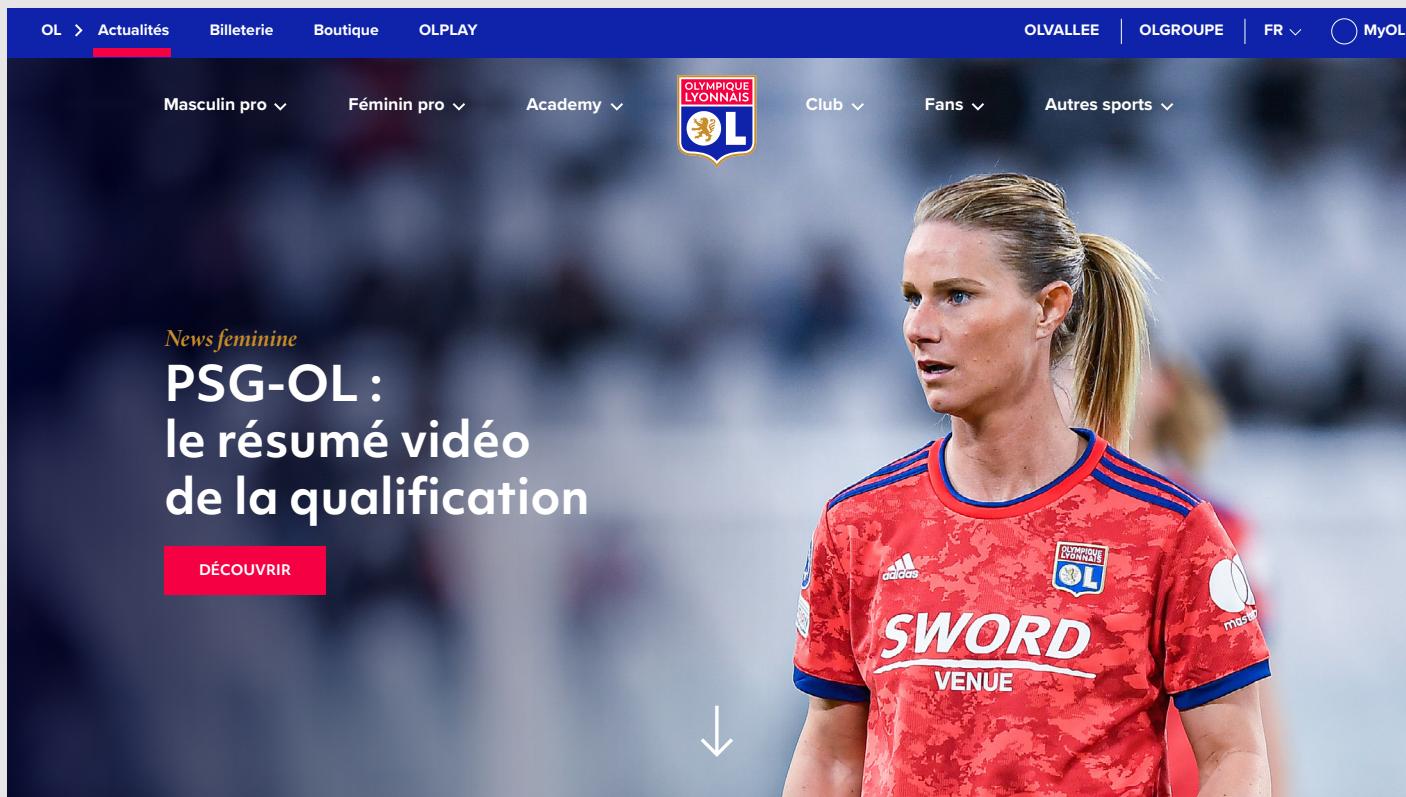
Nous vous informons à prendre connaissance de notre charte des données personnelles de la charte. Vous y trouverez notamment les modalités d'exercice de vos droits et de la protection de vos données personnelles sont directement en vous rendant sur la page « Mon espace client OL » de votre compte OL.

Groupama Stadium - 10 Avenue Simone Veil, 6950 Décines-Charpieu

OL

4.2 DIGITAUX

Site web #1



4.2 DIGITAUX

Site web #1

The image displays a comprehensive screenshot of the Olympique Lyonnais (OL) website, illustrating its digital presence across multiple platforms.

Top Navigation: OL > Actualités, Billetterie, Boutique, OLPLAY, OLVALLEE, OLGROUPE, FR, MyOL.

Header: OL, Actualités, Billetterie, Boutique, OLPLAY, OLVALLEE, OLGROUPE, FR, MyOL. Sub-navigation includes Masculin pro, Féminin pro, Academy, Club, Fans, and Autres sports.

News Section: Headline: PSG-OL : le résumé vidéo de la qualification. Below it, a large image of a female player in a red jersey. A "DÉCOUVRIR" button is present.

Matches Section: Headline: Matches. Sub-sections include Football, Basket, Futsal, and Esport. It shows recent results: OL vs Rennes (0-2), OL vs Monaco (12-9, 3-2). A "Pro hommes" tab is selected under Football.

Recent Results: Shows the final score of the match between OL and Monaco: 12-9, 3-2.

Upcoming Matches: Shows the next fixtures for the team.

Ranking: L1 ranking table:

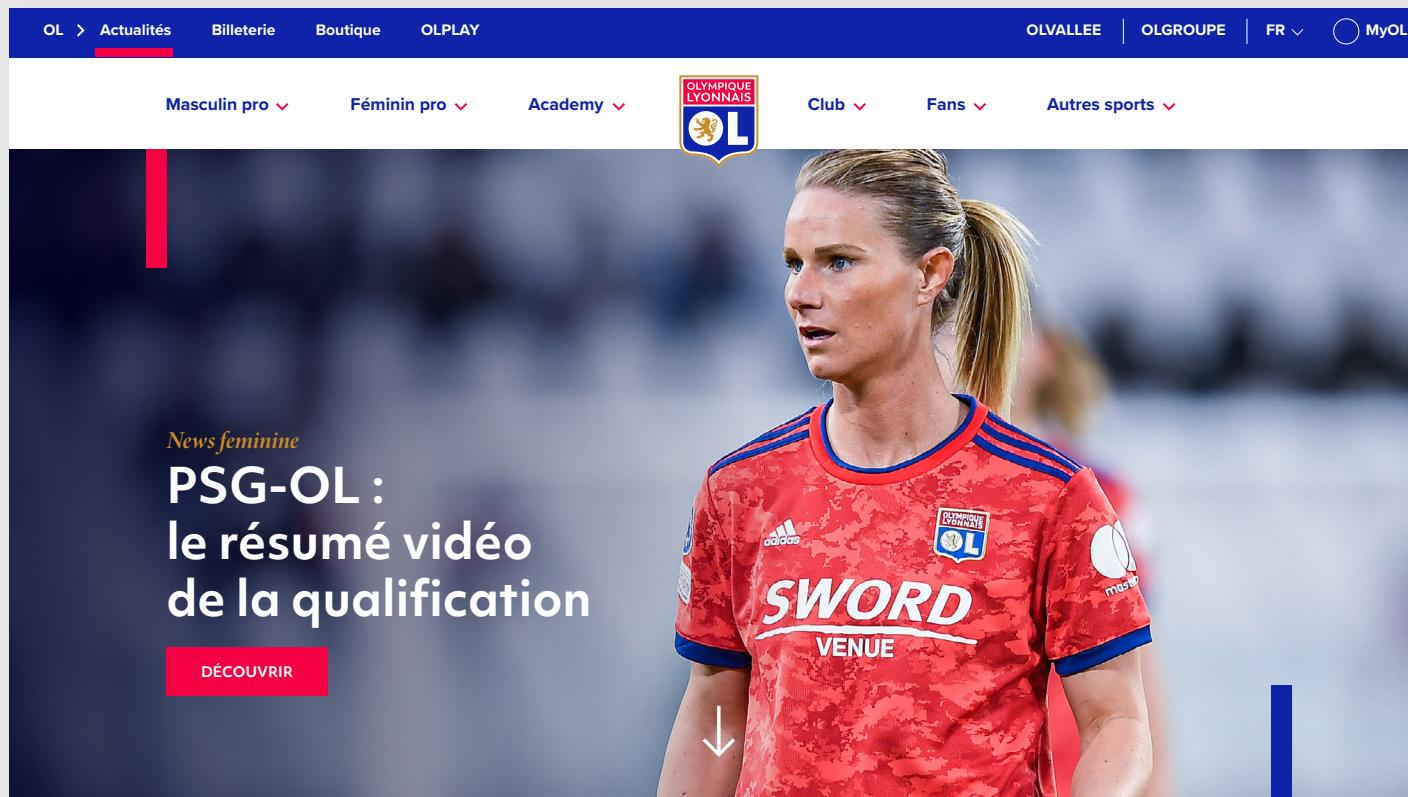
Rang	Club	Pt
4	Stade de Reims	41
5	OGC Nice	41
6	OL	39
7	FC Nantes	38
8	FC Metz	37

Historical Section: Headline: Histoire de l'OL. Displays the club's trophy count: 7 Ligue 1 titles, 5 Coupe de France, 1 Coupe de la ligue, and 8 Trophée des champions.

Footer: Includes a "Dernières news" section with four news items featuring images of coaches and players, and a "LIVRE DE MARQUE" logo.

4.2 DIGITAUX

Site web #2



4.2 DIGITAUX

Site web #2

The image displays three screenshots of the Olympique Lyonnais (OL) website, illustrating its digital presence across different sports and news sections.

- Top Left Screenshot:** Shows the Women's team section. It features a video thumbnail for "PSG-OL: le résumé vidéo de la qualification". Below it, there are sections for "Matches" (Football, Basket, Futsal, Esport) and "Dernières news" (Global, Football, Basket, Futsal, Esport).
- Top Middle Screenshot:** Shows the Men's team section. It features a large image of a player in a red jersey with "SWORD VENUE" on it. Below it, there are sections for "Matches" (Football, Basket, Futsal, Esport) and "Dernières news" (Global, Football, Basket, Futsal, Esport).
- Bottom Screenshot:** Shows the "Histoire de l'OL" (History of OL) section. It features a blue header with icons for Ligue 1 (7), Coupe de France (5), Coupe de la ligue (1), and Trophée des champions (8). Below this, there is a "Dernières news" section (Global, Football, Basket, Futsal, Esport) featuring news items about Paulo Rongier and Camille Abily.

4.2 DIGITAUX

Site web #3

OL > Actualités Billeterie Boutique OLPLAY

OLVALLEE | OLGROUPE | FR ▾ MyOL

Masculin pro ▾ Féminin pro ▾ Academy ▾

Club ▾ Fans ▾ Autres sports ▾

News feminine

PSG-OL : le résumé vidéo de la qualification



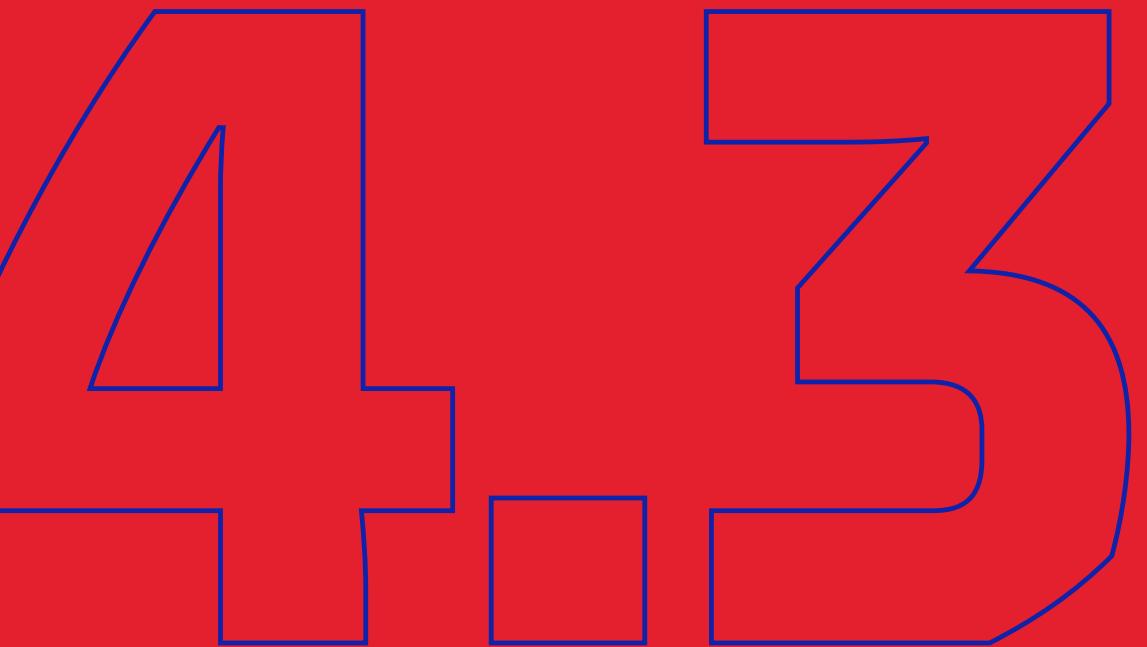
The screenshot shows the homepage of the Olympique Lyonnais website. The header features a dark blue bar with navigation links like 'Actualités' (highlighted in red), 'Billeterie', 'Boutique', and 'OLPLAY'. On the right, there are links for 'OLVALLEE', 'OLGROUPE', language selection ('FR'), and a user account icon ('MyOL'). Below the header, there's a secondary navigation bar with dropdown menus for 'Masculin pro', 'Féminin pro', 'Academy', 'Club', 'Fans', and 'Autres sports'. A large, bold headline 'PSG-OL : le résumé vidéo de la qualification' is displayed, with 'News feminine' written in smaller text above it. To the right of the headline is a photograph of several Lyon players in white jerseys celebrating a goal. The bottom of the page includes the Lyon logo and a thin red horizontal line.

4.2 DIGITAUX

Site web #3

The image displays three screenshots of the Olympique Lyonnais (OL) website, illustrating its digital presence across different sections.

- Dernières news:** This section features a grid of thumbnail images with player profiles and quotes from interviews. The top row includes:
 - Paolo Rongini: « S'adapter et monter en puissance »
 - Camille Abily: « J'ai vite retrouvé mes repères »
 - D1 Arkema: Le 14ème titre des lyonnaises en chiffre
 - Paolo Rongini: « S'adapter et monter en puissance »The bottom row includes:
 - Paolo Rongini: « S'adapter et monter en puissance »
 - Camille Abily: « J'ai vite retrouvé mes repères »
 - D1 Arkema: Le 14ème titre des lyonnaises en chiffre
 - Paolo Rongini: « S'adapter et monter en puissance »A "Plus de news" button is located at the bottom right of the grid.
- MATCHES:** This section shows a large image of players celebrating. Below it, there's a "MATCHES" heading and tabs for Football, Basket, Futsal, and Esport. A specific match summary for "OL VS MONACO GROUPAMA STADIUM" is shown, detailing the score (0-2), date (SAEDI 07 MARS 2022), and stadium. Below the match summary is a "DERNIERS RÉSULTATS" section with a table comparing OL vs Rennes and OL vs Monaco across various competitions (Ligue 1, Coupe de France, etc.).
- HISTOIRE DE L'OL:** This section highlights the club's achievements with large icons and numerical counts. The icons represent:
 - Ligue 1: 7
 - Coupe de France: 5
 - Coupe de la ligue: 1
 - Trophée des champions: 8



POSTS RÉSEAUX SOCIAUX



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Twitter 1080 x 1350 px

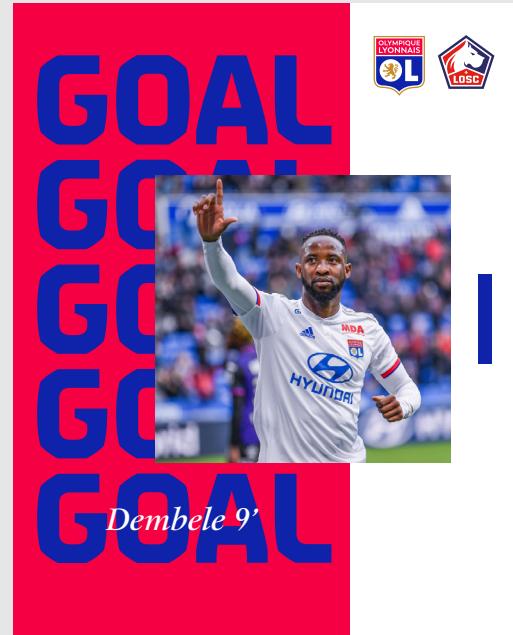
COMPOSITION MATCH



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Twitter 1080 x 1350 px

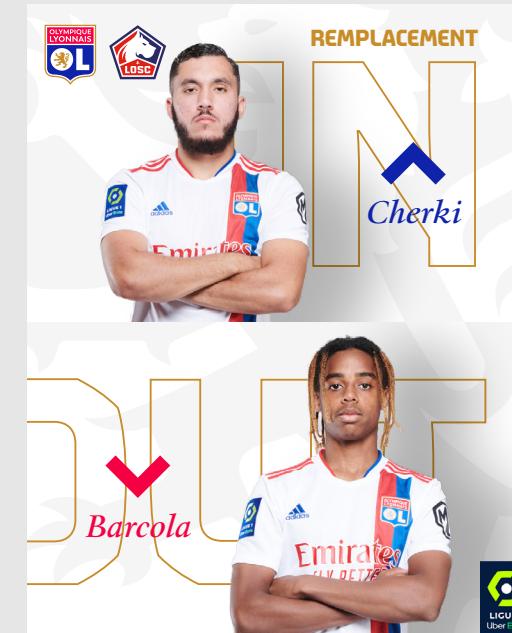
BUT



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Twitter 1080 x 1350 px

CHANGEMENT DE JOUEUR



CAROUSSSEL (DF. PHOTO TWITTER)



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Twitter 1080 x 1350 px

CONFÉRENCE DE PRESSE



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Twitter 1080 x 1350 px

JOUEUR DU MOIS



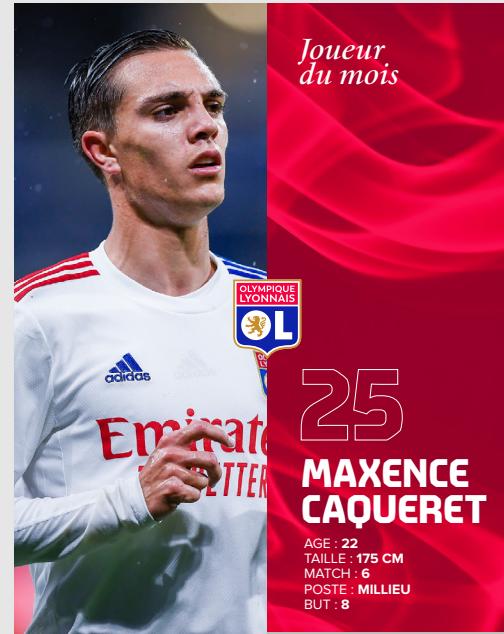
CARROUSEL (DF. PHOTO TWITTER)



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Twitter 1080 x 1350 px

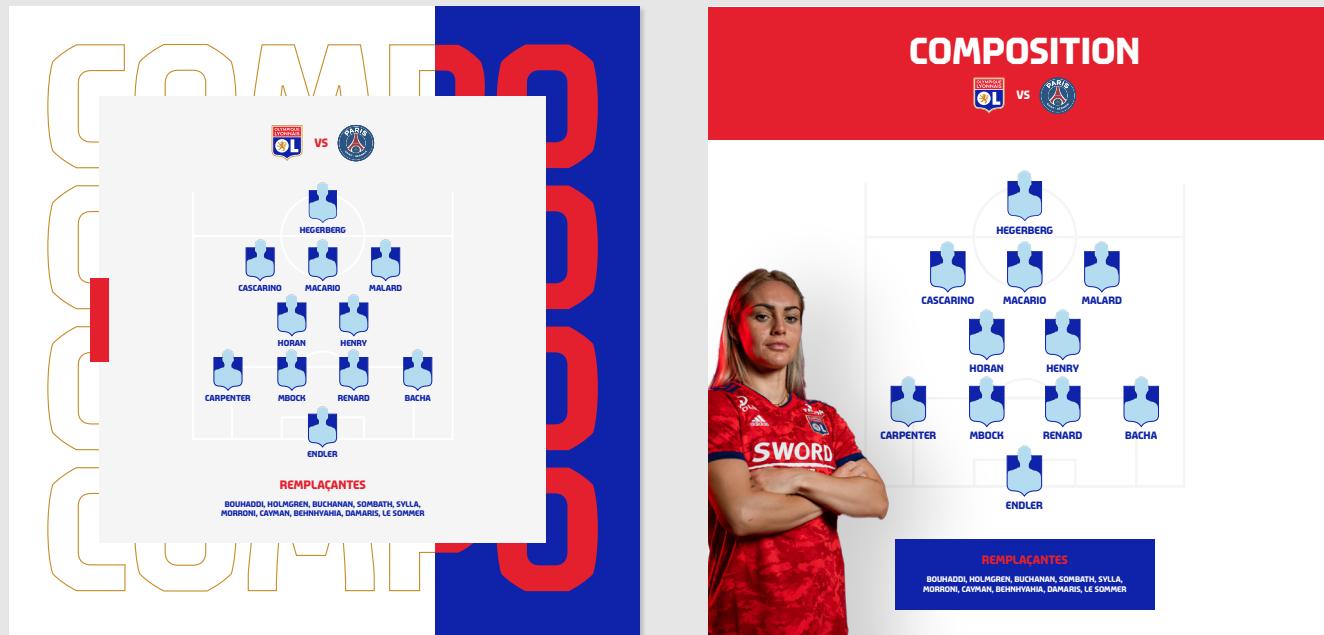
JOUEUR DU MOIS



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Instagram 1080 x 1080 px

COMPOSITION MATCH



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Instagram 1080 x 1080 px

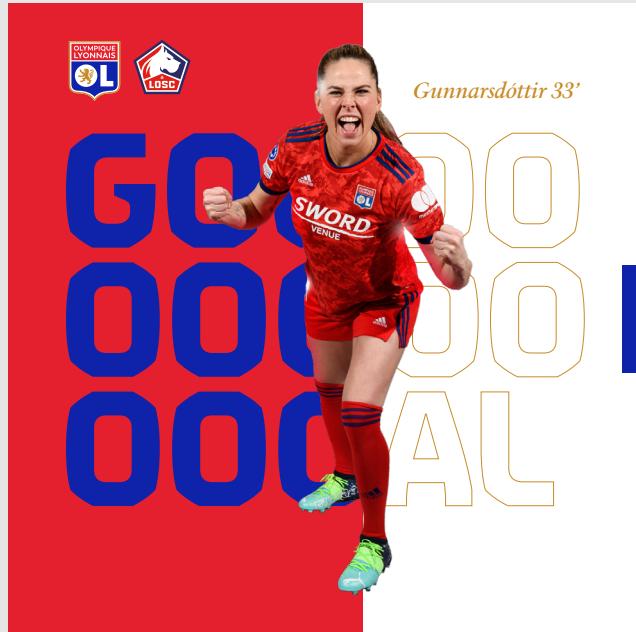
CONFÉRENCE DE PRESSE



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Instagram 1080 x 1080 px

BUT



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Instagram 1080 x 1080 px

CHANGEMENT DE JOUEUR



CAROUSSSEL



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Instagram 1080 x 1080 px

JOUEUR DU MOIS



CARROUSEL



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Linkedin 1200 x 627 px

COMPOSITION MATCH



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Linkedin 1200 x 627 px

BUT



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Linkedin 1200 x 627 px

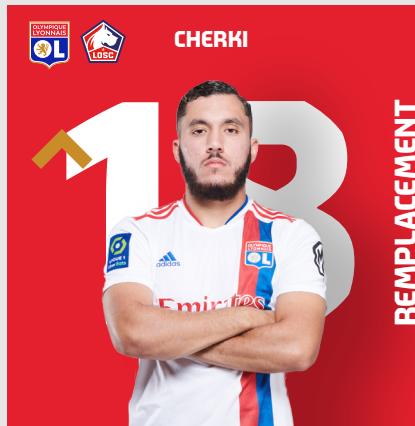
CONFÉRENCE DE PRESSE



4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post LinkedIn 1200 x 627 px

CHANGEMENT DE JOUEUR

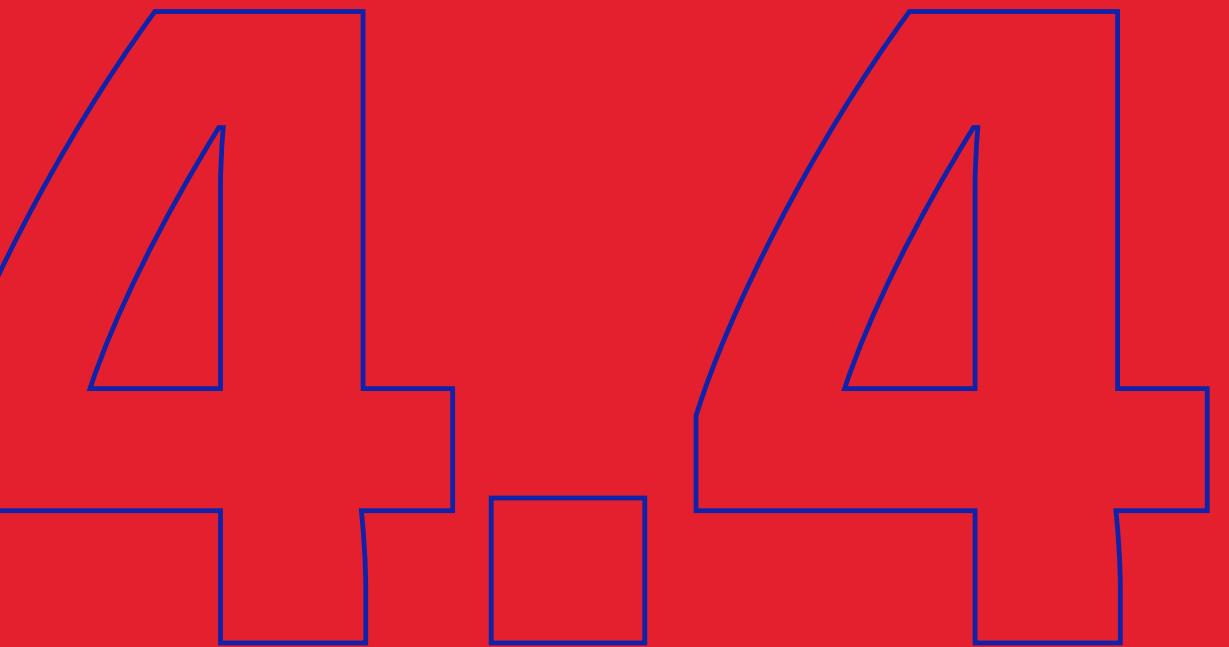


4.3 RÉSEAUX SOCIAUX

Post Linkedin 1200 x 627 px

JOUEUR DU MOIS





BRANDING D'ESPACES

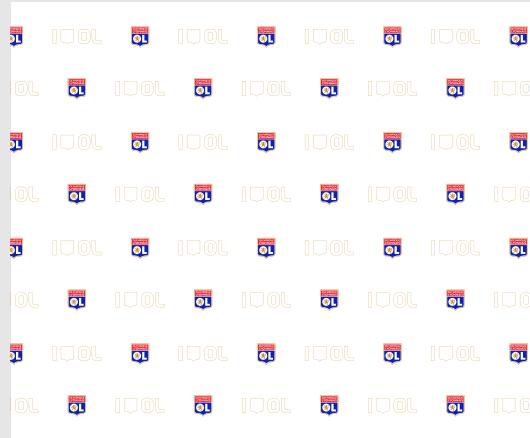
4.4 BRANDING D'ESPACES

Façade boutique



4.4 BRANDING D'ESPACES

Photocall



4.4 BRANDING D'ESPACES

Vestiaire

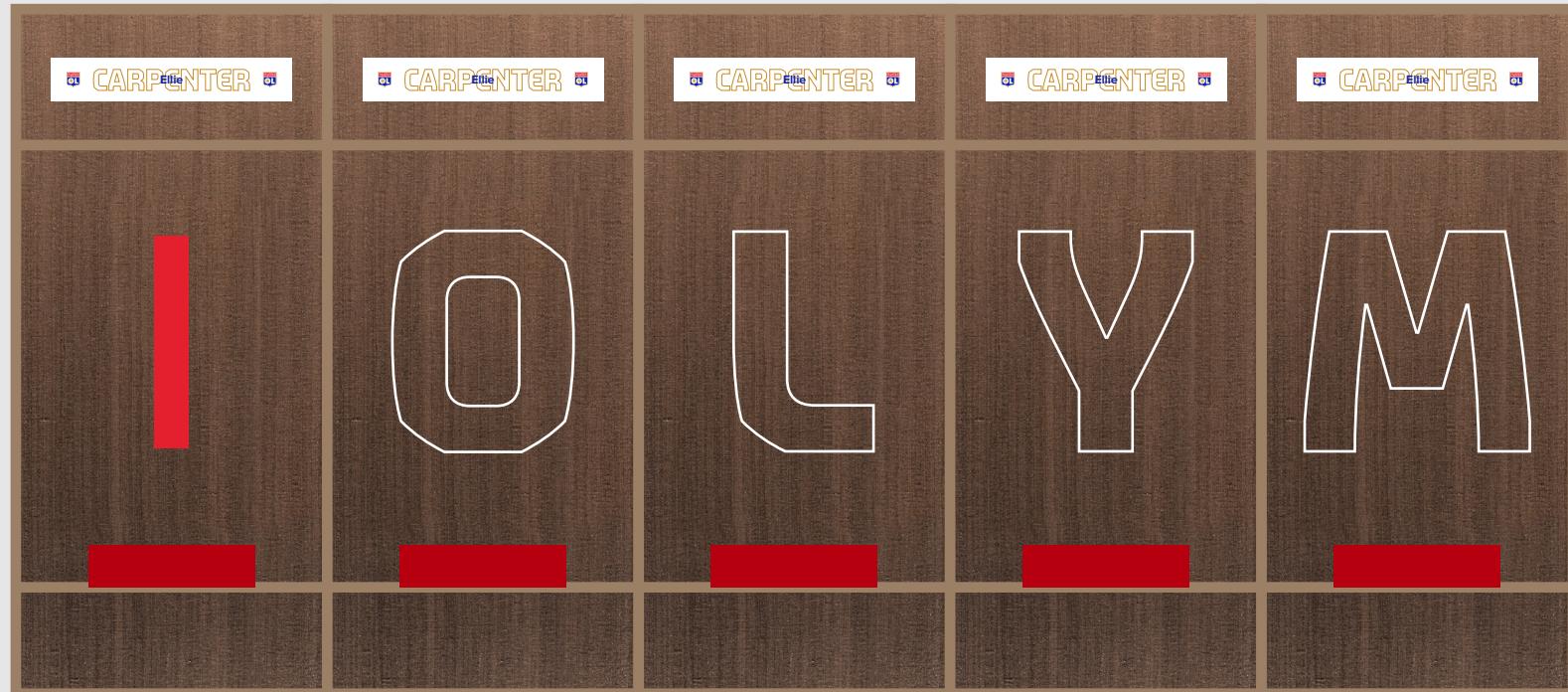


4.4 BRANDING D'ESPACES

Vestiaire



CARPENTER
Ellie



4.4 BRANDING D'ESPACES

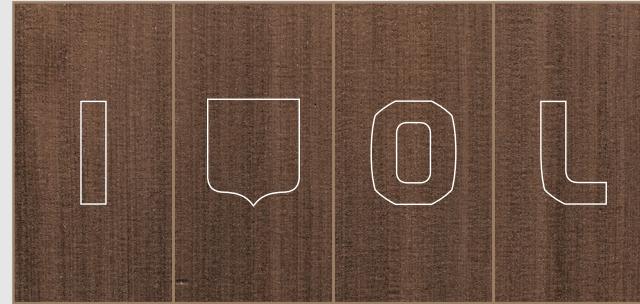
Vestiaire



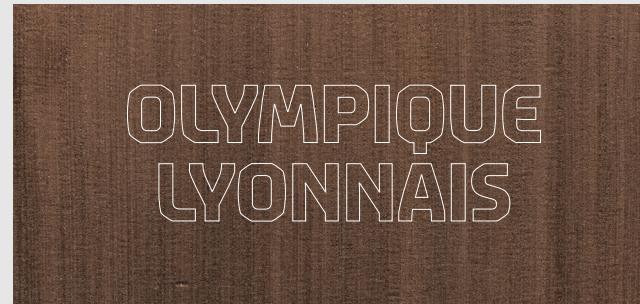
4.4 BRANDING D'ESPACES

Vestiaire

DEVANT



DERrière



4.4 BRANDING D'ESPACES

Zone mixte



ZONE SPOT ROUGE

ZONE SPOT BLEU

4.4 BRANDING D'ESPACES

Couloirs #1

MUR GAUCHE



MUR DROIT



4.4 BRANDING D'ESPACES

Couloirs #2

MUR GAUCHE



MUR DROIT



4.4 BRANDING D'ESPACES

Affichage porte bureau





BUSINESS TEAM



OL BUSINESS TEAM

LA MARQUE FILLE OL BUSINESS TEAM PRÉSENTE
LE PROGRAMME REGROUANT L'ENSEMBLE DES CLIENTS
« ENTREPRISES » DE L'OLYMPIQUE LYONNAIS.
AINSII, L'UNIVERS VISUEL PROPRE AU CLUB RESTE LE MÊME
ET A ÉTÉ LÉGÈREMENT TEINTÉ AVEC LE DORÉ D'ORIGINE
POUR PORTER LES SUJETS B2B ET VIP DU CLUB.

5.1 LOGOTYPE

Présentation



**OL
BUSINESS TEAM**



**OL
BUSINESS TEAM**

Utilisations

Le logotype OL Business Team est composé du logotype Club et du nom de l'entité en or.

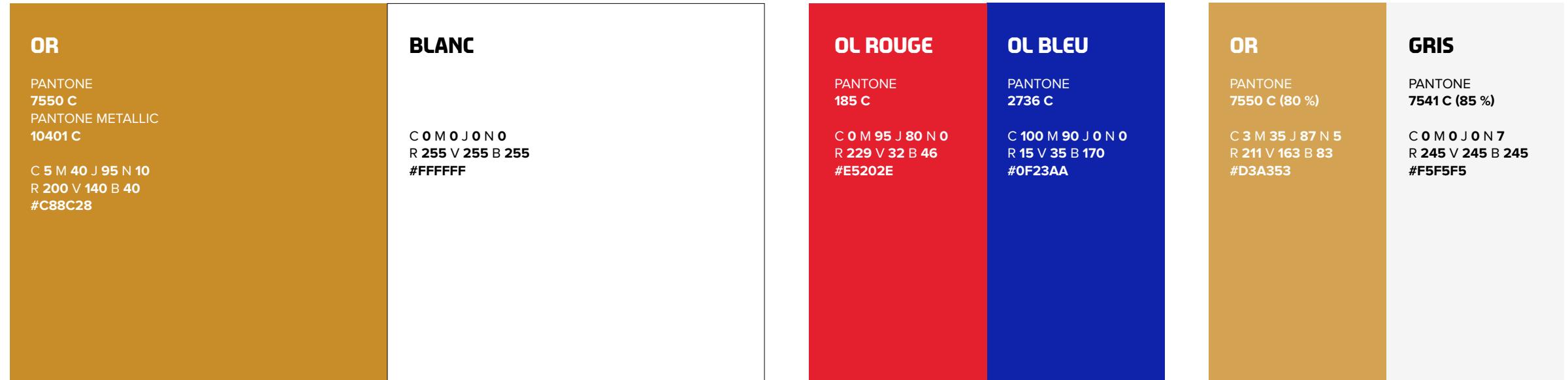
Il est utilisé sur fond blanc et or.

Lorsque le logotype sera utilisé sur fond or, le nom de l'entité sera en blanc.



5.2 COULEURS

Présentation



Couleurs Principales

L'or et le blanc sont les couleurs principales de l'OL Business Team. Les couleurs principales sont accompagnées par les couleurs secondaires ; le rouge et le bleu, qui font partie du logotype Club et par les couleurs d'accompagnement ; l'or clair et le gris clair.

Couleurs secondaires

- Le rouge et le bleu qui font partie du logotype Club. Ces couleurs seront à usage mineure.

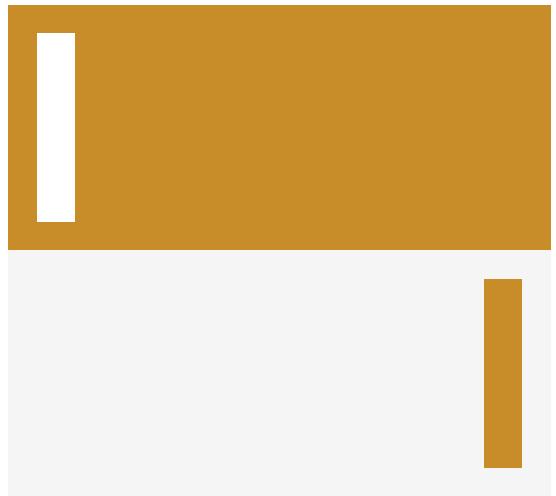
Couleurs d'accompagement

- L'or clair et le gris clair sont utilisés pour dynamiser les mises en page ou pour isoler les informations importantes.



5.3 CODES GRAPHIQUES

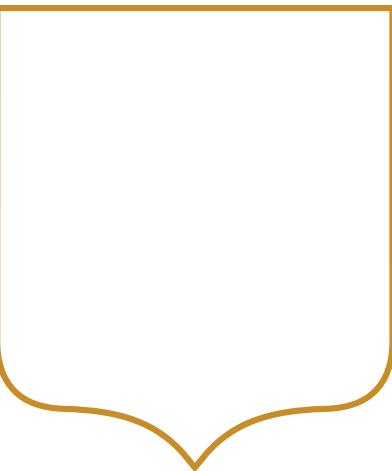
Utilisations



La double-bande

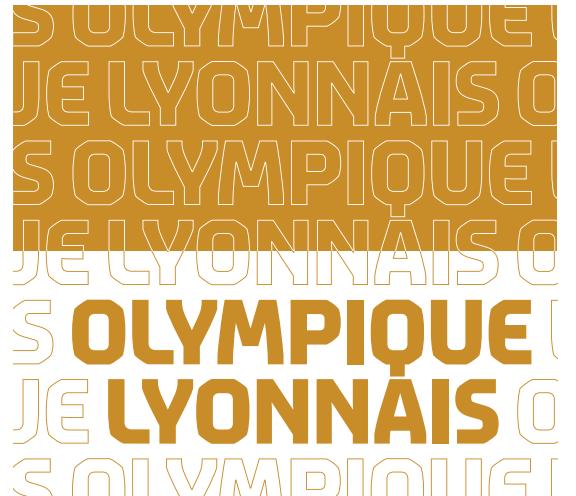
La double-bande verticale est utilisée en blanc et en or :

- Blanc sur les fonds or et or clair
- Or sur les fonds blanc et gris clair



Le blason

La forme du blason est toujours en contour et sa couleur principale est l'or.



Le pattern

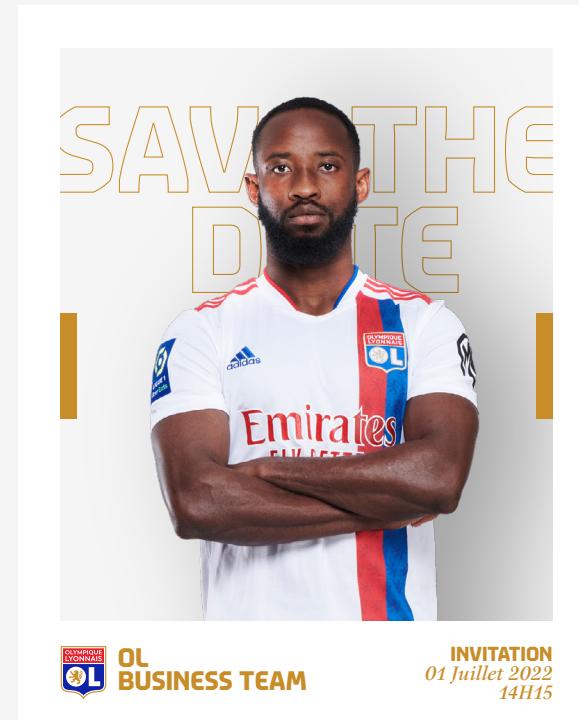
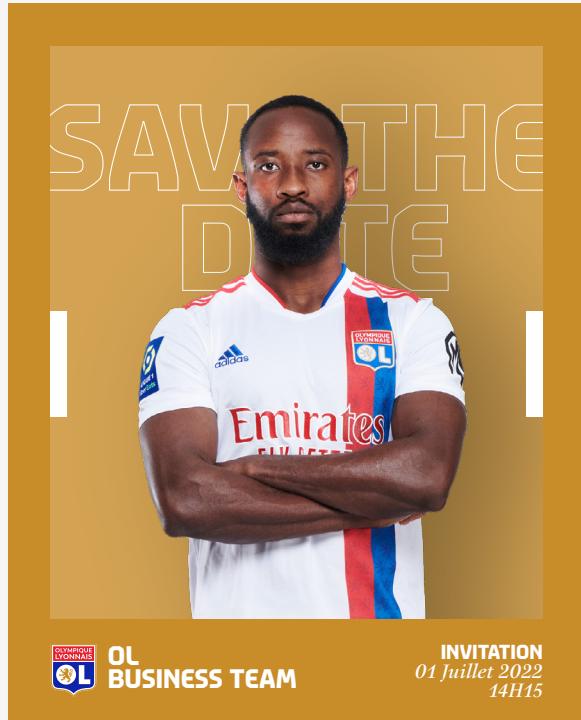
La couleur primaire du pattern est l'or. Il peut être utilisé en blanc.

Il peut être utilisé en contour ou en aplat couleur or ou blanc.



5.4 APPLICATIONS

Invitation



5.4 APPLICATIONS

Annonce presse



5.4 APPLICATIONS

Joueur du mois #1



5.4 APPLICATIONS

Joueur du mois #2





OLYMPIQUE LYONNAIS
10 avenue Simone Veil CS 70712
69153 DÉCINES-CHARPIEU
www.ol.fr

2022