



CHARTRE GRAPHIQUE
Avril 2025

Cette charte graphique a été développée pour tous les collaborateurs et les ayants droits du groupe Paris Saint-Germain.

Cela inclus toutes les sections sportives et tous les services du club. Elle a pour but d'assurer la **conformité** et la **cohérence** de notre identité de marque.

Vous trouverez dans cette charte **tous les outils graphiques de la marque** et comment les utiliser **efficacement et correctement**.

Si vous avez le moindre doute ou en cas de question vous pouvez nous écrire à chartegraphique@psg.fr



SOMMAIRE

1. INTRODUCTION

1.1	Notre vision	5
1.2	Nos valeurs	6
1.3	Manifesto	7
1.4	Architecture de marque	8

2. LOGOTYPE DU GROUPE

2.1	Construction	11
2.2	Configurations spéciales	12
2.3	Zone de protection et taille minimale	13
2.4	Déclinaisons du logotype	14
2.5	Les interdits	15

3. LOGOTYPES DES ACTIVITÉS DU GROUPE

3.1	Catégories de logotype	17
3.2	Catégorie 1	18
3.3	Catégorie 2	19
3.4	Catégorie 3	20
3.5	Configurations spéciales	21
3.6	Zone de protection et taille minimale	22
3.7	Les interdits	23
3.8	Sections sportives et Esports	24
3.9	Partenariats des sections sportives	25
3.10	Partenariats Esports	26
3.11	Partenariats Premium	27

4. UNIVERS DE MARQUE

4.1	Couleurs	
4.1.1	Palette Paris	31
4.1.2	Texte en palette Paris	32
4.1.3	Variations de bleu	33
4.1.4	Variations de rouge	34
4.1.5	Usages Premium	35
4.1.6	Texte sur image	36
4.1.7	Texte sur vidéo	37
4.1.8	Les interdits	38
4.2	Typographie exclusive	
4.2.1	Famille Virage	40
4.2.2	Construction	41
4.2.3	Variantes graphiques	42
4.2.4	Styles typographiques	43
4.2.5	Palette de caractères	44
4.2.6	Langues étrangères	45
4.2.7	Interlettre	46
4.2.8	Interligne	47
4.2.9	Alignement du texte	48
4.2.10	Texte incliné	49
4.2.11	Texte courbé	50
4.2.12	Virage Extra	51
4.2.13	Construction de la Virage Extra	52
4.2.14	Variantes Couleurs de la Virage Extra	53
4.2.15	Les interdits	54
4.3	Slogans	
4.3.1	Ici c'est Paris	58
4.3.2	Secondaires	59

4.4 Ligne bicolore

4.4.1	Typologies de ligne	61
4.4.2	Ligne Identité	62
4.4.3	Ligne Message	63
4.4.4	Les interdits	64

5. STYLE GUIDE

5.1 Style Corporate

5.1.1	Palette typographique	67
5.1.2	Exemples d'utilisation	68

5.2 Style Impact

5.2.1	Palette typographique	73
5.2.2	Exemples d'utilisation	74

5.3 Style Extra

5.3.1	Palette typographique	84
5.3.2	Exemples d'utilisation	85



1. INTRODUCTION



Le Paris Saint-Germain, à l'image de Paris, est par essence un club à part, porteur d'une aura et d'une singularité incomparables.

Nous sommes connectés à la nouvelle génération de fans par notre histoire récente. Une génération qui bouscule les codes et forge une nouvelle façon de penser, de vivre et de consommer.

Animés par un esprit de challenger permanent, **nous regardons vers l'avenir et capitalisons sur notre jeunesse unique.**

WE ARE THE CLUB OF THE NEW GENERATION

Excellence

Des partenariats emblématiques aux collaborations à venir, à l'échelle mondiale et locale, sur le terrain et en dehors : **l'excellence guide chacune de nos actions.**

Innovation

De la multiplication des interfaces aux nouveaux cycles de consommation, en passant par l'intégration des évolutions technologiques, consuméristes, expérientielles et comportementales : **l'innovation se manifeste concrètement dans toutes les interactions avec notre marque.**

Empowerment

Du divertissement à l'engagement, du terrain de sport à la ville, en France et dans le Monde, nous nous engageons aux côtés de nos communautés et en renforçant l'implication des fans. **L'empowerment signifie faire de nos communautés les acteurs positifs de demain.**

Nous croyons dans le potentiel de nos communautés pour devenir les acteurs de demain.



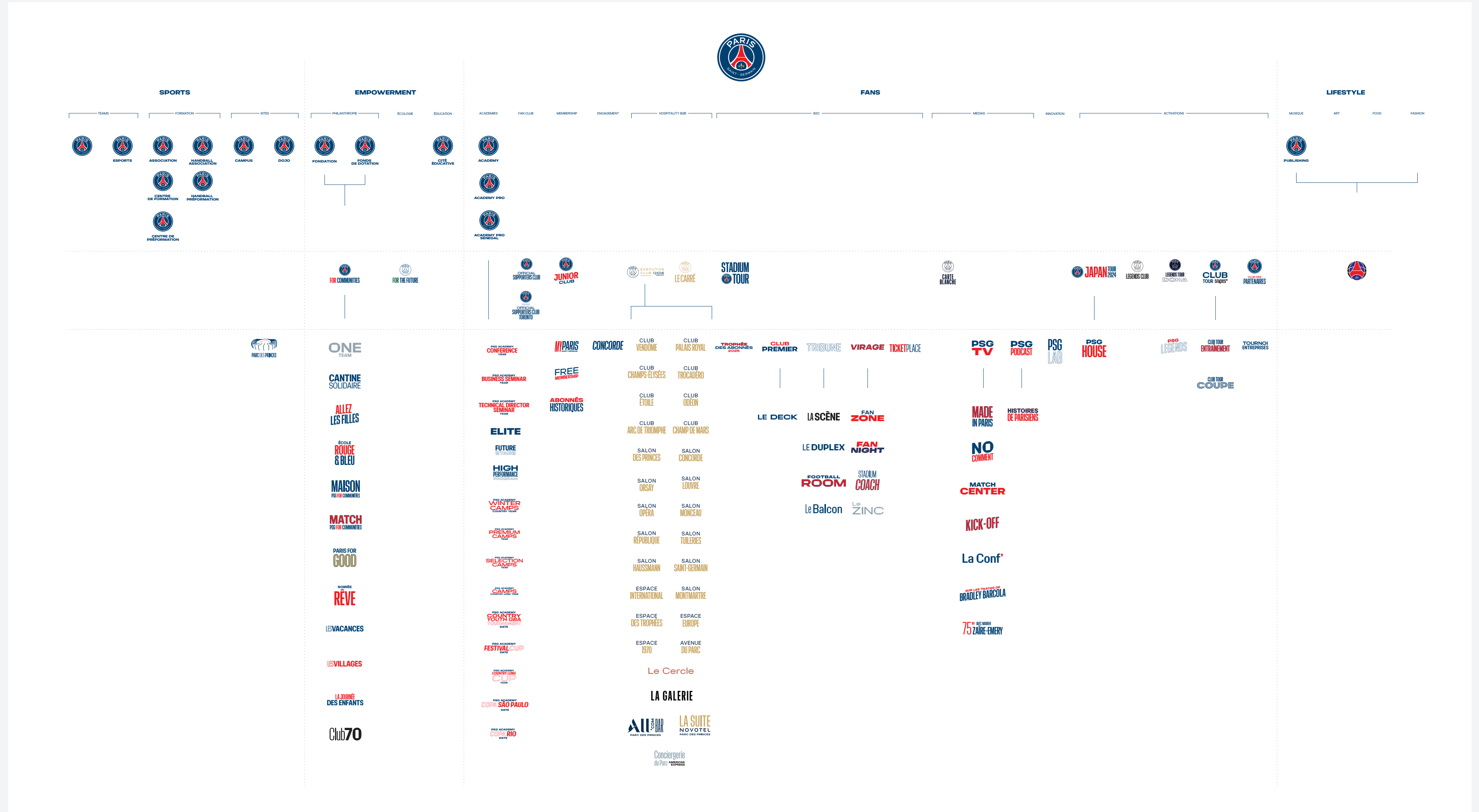
Nous nous définissons à travers nos inspirations, nos motivations, et nos objectifs.

Voici qui nous sommes.

WE WERE CREATED **DIFFERENTLY** **OUR HEART BEATS** TO THE RHYTHM OF THIS CITY
WE ARE **WE LOVE THE GAME** **WE ARE NOT AFRAID TO**
YOUNG AND **ALWAYS HAVE** **CONFRONT THE STATUS QUO**
AMBITIOUS **AND FORGE OUR OWN PATH**
FOOTBALL **WE PROUDLY SHARE** **OUR HERITAGE** **SHAPES OUR**
IS OUR FONDATION **OUR INSPIRATION**
AND WE HAVE GROWN **AND OUR BELIEFS** **FUTURE**
TO BE SO MUCH MORE
WE ARE TREND SETTERS, FORWARD THINKERS AND CARE ABOUT OUR COMMUNITY
WE WANT TO MAKE **WE SET THE BAR HIGH** **NOTHING** **ICI**
A DIFFERENCE **TO INSPIRE AND EMPOWER THE**
TODAY **NEW** **GENERATION** **CAN STOP US** **C'EST**
& TOMORROW **WE CREATE EMOTIONS AND EMBODY** **PARIS**
THE PASSION AND DIVERSITY OF OUR SUPPORTERS

INTRODUCTION Architecture de marque

L'architecture de marque regroupe les logotypes de toutes les activités du Paris Saint-Germain, réparties en quatre branches : **Sports**, **Empowerment**, **Fans** et **Lifestyle**.



2.

LOGOTYPE DU GROUPE





L'écusson circulaire du club, un symbole compact, puissant et épuré, s'impose comme l'**emblème universel** du groupe Paris Saint-Germain.

Paris

Paris est mis en majeur, car c'est une icône mondiale et intemporelle.

La Tour Eiffel

La tour Eiffel, icône de Paris est recentrée pour s'inscrire au coeur du logotype. Son tracé est redessiné pour un meilleur équilibre.

Saint-Germain

Saint-Germain apparaît en signature, de façon déconnectée de Paris, pour plus de lisibilité.



Couleurs

Le bleu est plus intense afin de se rapprocher du bleu parisien. Le rouge est plus intense afin de ressortir en contraste. Une touche d'or est ajoutée, symbole d'excellence.

La Fleur-de-lys

Emblème de Saint-Germain, elle est associée à la Tour Eiffel en hommage à l'histoire de la réunion des deux clubs. La fleur-de-lys est un symbole universel.

Le logotype doit être utilisé **prioritairement dans sa configuration compacte**, néanmoins il existe des variations du logotype **uniquement typographiques** afin de répondre à l'ensemble des besoins de reproduction.

1. Mention complète sur 1 ligne
2. Mention complète sur 2 lignes
3. Mention complète sur 2 lignes
4. Sigle sur une ligne

1



PARIS SAINT-GERMAIN

2



PARIS
SAINT-GERMAIN

3



PARIS
SAINT-GERMAIN

4



PSG

2.3

LOGOTYPE DU GROUPE

Zone de protection et taille minimale

Une zone de protection est définie autour du logotype afin de préserver sa visibilité et son intégrité.

Aucun élément graphique ou de texte ne doit venir empiéter dans cette zone.

Cette zone est définie par un **espace x** qui équivaut à la distance entre les deux cercles blancs du centre du logo.

Zone de protection



Taille minimale



Afin de répondre aux **exigences techniques et esthétiques** de chaque application, le logotype se décline en plusieurs versions.

1. Polychrome

La version principale, composée de 4 couleurs immuables, à utiliser en priorité.

2. Bicolore

Une adaptation en deux couleurs, avec une teinte pour les éléments graphiques et une autre pour le fond circulaire.

3. Monochrome

Une adaptation sans fond circulaire, facilitant l'intégration graphique du logotype dans divers contextes.

1



2



3



L'emblème Paris Saint-Germain est notre marque de reconnaissance. En règle générale, il ne doit être modifié en aucune façon.

Éviter les **exemples mentionnés** sur cette page et retenir les conseils afin d'assurer une utilisation cohérente de notre logotype.

Dans le cadre de **projets et collaborations artistiques**, le logotype du groupe peut être modifié sous réserve de validation du service créatif.



Ne plus utiliser la version en volume du logotype, issue de l'ancienne charte.



Ne pas déformer le logotype, de quelque manière que ce soit.



Ne pas modifier la typographie à l'intérieur de l'emblème.



Ne pas modifier la proportion des composants du logotype.



Ne pas modifier les couleurs du logotype polychrome. Les versions bicolore et monochrome peuvent arborer différentes couleurs.



Ne pas modifier la couleur de la fleur de lys, même dans les versions bicolore et monochrome.



Ne pas adapter le logotype dans d'autres langues. Le logotype emploie toujours l'alphabet latin.



Ne pas remplacer la fleur de lys par un autre élément graphique.

3. LOGOTYPES DES ACTIVITÉS DU GROUPE



LOGOTYPES DES ACTIVITÉS DU GROUPE

Catégories de logotype

L'architecture de marque du Paris Saint-Germain est divisée en **trois catégories** d'activités correspondant à **trois styles graphiques** de logotypes.

Chaque catégorie repose sur des **principes de construction** rigoureux, tout en offrant une flexibilité d'utilisation.

Consultez l'annexe *Guide de construction des logotypes* sur l'intranet pour plus de détails.

Catégorie 1

Entités, sous-entités
Blason + Variation de texte



FONDATION



CAMPUS



ACADEMY

Catégorie 2

Programmes
Blason + Variations typographiques



FOR COMMUNITIES



LE CARRÉ



JAPAN TOUR 2024

Catégorie 3

Médias, événements, services, lieux
Variations typographiques

ONE
TEAM

PSG ACADEMY
SELECTION
CAMPS
YEAR

KICK-OFF

La **catégorie 1** correspond aux **entités principales** du club et à leurs déclinaisons en **sous-entités**.

Ils sont composés du blason et de la mention de l'entité, alignés verticalement au centre.

Une deuxième et une troisième ligne peuvent s'ajouter sous la mention de l'entité principale pour préciser la nature des sous-entités (discipline, localisation, etc.).



ESPORTS



ASSOCIATION



**CENTRE
DE FORMATION**



**CENTRE DE
PRÉFORMATION**



CAMPUS



DOJO



FONDATION



**FONDS
DE DOTATION**



**CITÉ
ÉDUCATIVE**



ACADEMY



MEMBERSHIP



PUBLISHING

LOGOTYPES DES ACTIVITÉS DU GROUPE

Catégorie 2

La **catégorie 2** correspond aux logotypes des **programmes du club**.

Les logotypes de catégorie 2 se démarquent des logotypes de catégorie 1 par l'importance accordée aux mentions des programmes et la diversité de leur style typographique.



LOGOTYPES DES ACTIVITÉS DU GROUPE

Catégorie 3

La **catégorie 3** regroupe les logotypes utilisés pour les médias, lieux, services, etc.

Contrairement aux catégories 1 et 2, ces logotypes sont destinés exclusivement aux contextes où l'identité du Paris Saint-Germain est déjà établie. Par conséquent, le blason du club n'y est **jamais inclus**.

ONE
TEAM

CANTINE
SOLIDAIRE

ALLEZ
LES FILLES

ÉCOLE
ROUGE
& BLEU

MAISON
PSG FOR COMMUNITIES

MATCH
PSG FOR COMMUNITIES

PARIS FOR
GOOD

SOIRÉE
RÊVE

LES VACANCES

LES VILLAGES

LA JOURNÉE
DES ENFANTS

Club70

FUTURE
STARS

PSG ACADEMY
SELECTION
CAMPS
YEAR

PSG ACADEMY
FESTIVAL CUP
DATE

PSG ACADEMY
TECHNICAL DIRECTOR
SEMINAR
YEAR

Conciergerie
du Parc AMERICAN
EXPRESS

PSG
LAB

FREE
MEMBERSHIP

ABONNÉS
HISTORIQUES

CONCORDE

CLUB
PALAIS ROYAL

SALON
DES PRINCES

ESPACE
EUROPE

AI
.COM BAR
PARC DES PRINCES

MY PARIS
SAINT-GERMAIN

LA SUITE
NOVOTEL
PARC DES PRINCES

Le Cercle

LA GALERIE

CLUB
PREMIER

TRIBUNE

VIRAGE

TICKETPLACE

LE DECK

LA SCÈNE

LE DUPLEX

Le
ZINC

FOOTBALL
ROOM

Le Balcon

FAN
ZONE

FAN
NIGHT

STADIUM
COACH

PSG
TV

PSG
PODCAST

PSG
HOUSE

MADE
IN PARIS

NO
COMMENT

MATCH
CENTER

KICK-OFF

La Conf'

SUR LES TRACES DE
BRADLEY BARCOLA

75" AVEC WARREN
ZAÏRE-EMERY

HISTOIRES
DE PARISIENS

PSG
LEGENDS

CLUB TOUR
ENTRAÎNEMENT

CLUB TOUR
COUPE

Les logotypes, **toutes catégories confondues**, peuvent être adaptés horizontalement et déclinés en différentes couleurs, garantissant une reproduction optimale dans tous les contextes et supports.

Configurations horizontales



Déclinaisons chromatiques



Une zone de protection est définie autour du logotype afin de préserver sa visibilité et son intégrité.

Aucun élément graphique ou de texte ne doit venir empiéter dans cette zone.

Cette zone est définie par un **espace x** qui équivaut à la distance entre les deux cercles blancs du centre du logo.

Zone de protection



Taille minimale



Éviter les **exemples mentionnés** sur cette page et retenir les conseils afin d'assurer une utilisation cohérente des logotypes des activités du groupe.



Ne pas modifier le blason pour créer de nouveaux logos.



Ne pas isoler des éléments du blason pour les utiliser dans un logo (tour, fleur de lys)



Pour la création de logos, utiliser uniquement Virage, la typographie exclusive du groupe.



Ne pas ajouter d'effets graphiques ou d'ombres portées aux logotypes.



Ne pas créer de logo dans un système d'écriture autre que le latin.



Ne pas créer de variante d'un logo dans le style d'une autre catégorie que la sienne.



Ne pas combiner plusieurs logos ensemble.



Ne pas utiliser le blason à la place d'une lettre pour créer un logo.

LOGOTYPES DES ACTIVITÉS DU GROUPE

Sections sportives et Esports

Afin de concrétiser la devise **One City One Club**, l'emblème du groupe unifie les sections sportives, à l'exception d'Esports qui conserve un logotype distinct.

La section sportive est mentionnée clairement dans les éléments de communication (texte, photographie des sportifs, contexte global, ...)

ÉQUIPE
PREMIÈRE

FÉMININES

HANDBALL

JUDO

ESPORTS



ESPORTS

À l'exception du Esports, le composite partenariat des sections sportives est constitué du **logo partenaire à gauche**, d'un **filet** et du **logotype Paris Saint-Germain à droite**.

L'espacement x entre les différents composants correspond à la zone de protection du logotype.

L'épaisseur de filet y correspond à celle des cercles blancs dans le logotype du groupe.

La taille du texte en mention est égale à 5 fois l'épaisseur y du filet. Cette mention reste **toujours centrée** sur l'axe du filet de séparation.

Configuration horizontale



Configuration verticale



Variantes chromatiques



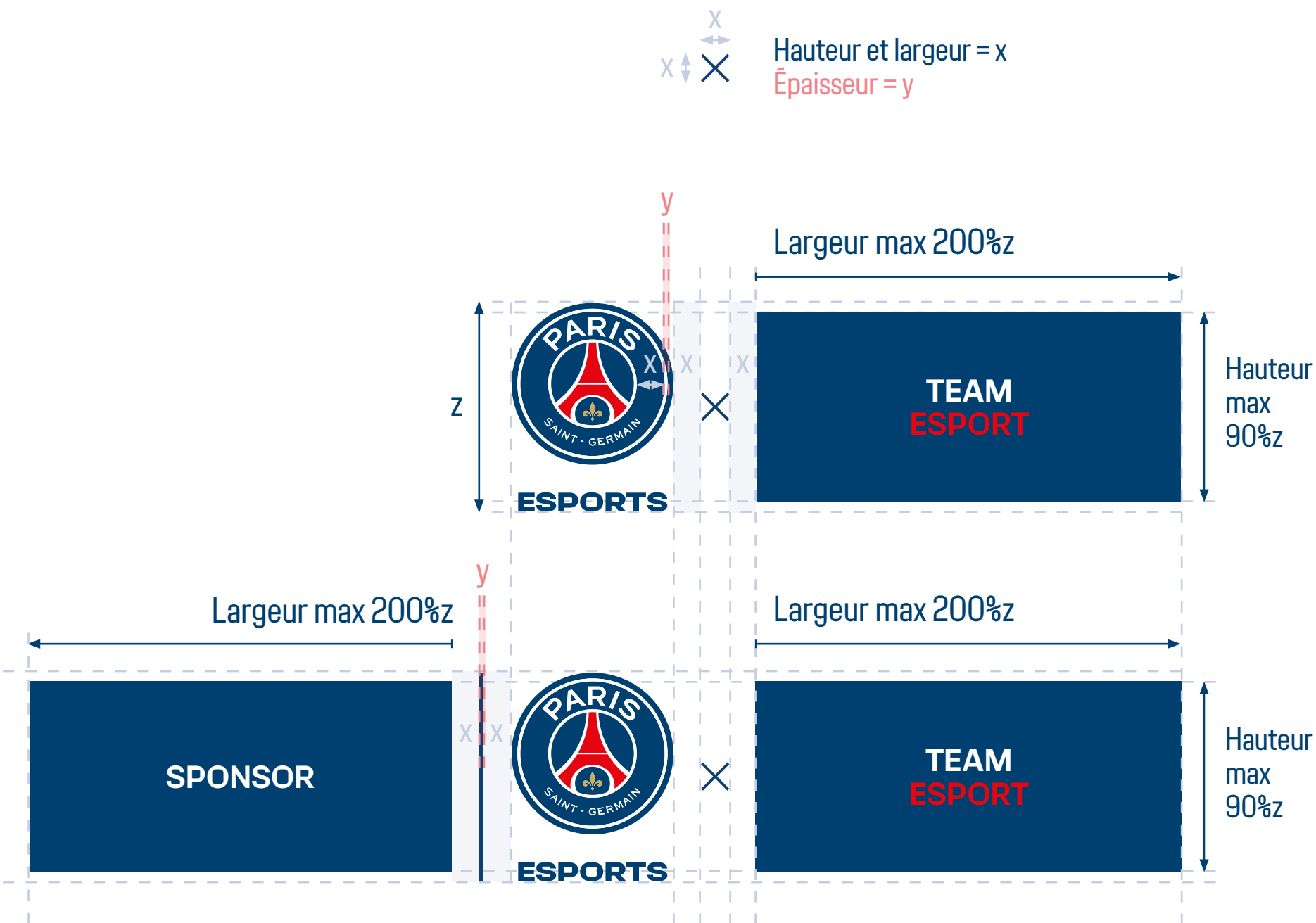
À la différence des autres sections sportives, le composite partenariat Esports est constitué du **logotype Paris Saint-Germain Esports** à gauche, d'une **croix** et du **logotype de l'équipe Esports partenaire** à droite.

L'espacement x entre les différents composants correspond à la zone de protection du logotype.

L'épaisseur de tracé de la croix correspond à celle des cercles blancs dans le logotype du groupe. La croix est centrée dans la hauteur.

Dans le cas où un **partenaire commercial** s'ajoute au composite, celui-ci se place avant le logotype Paris Saint-Germain Esports.

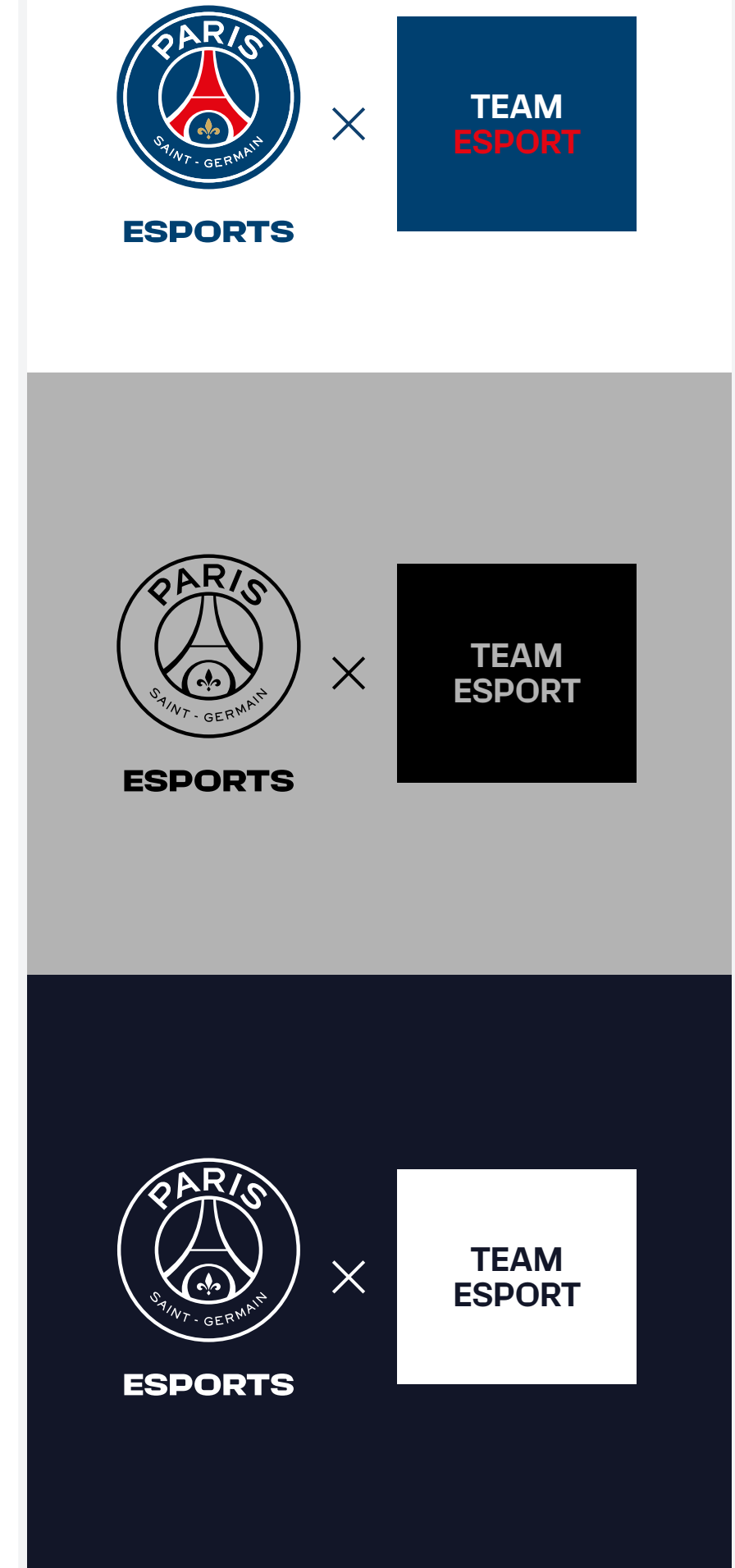
Configuration horizontale



Configuration verticale



Variantes chromatiques

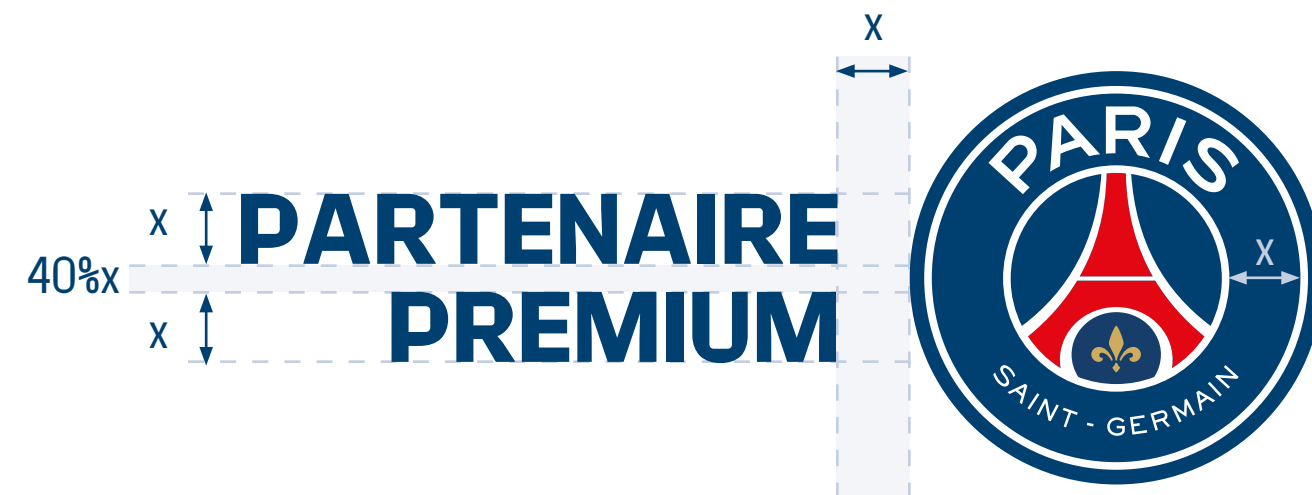


Le bloc Partenariats Premium est constitué du **logotype du Paris Saint-Germain** et d'**une mention** qui précise le type de partenariat (Partenaire Campus, Partenaire Officiel, Partenaire Premium etc...)

L'espacement x entre les différents composants correspond à la zone de protection du logotype ainsi qu'à la hauteur du texte.

L'interlignage de la mention correspond à 40% de la valeur x .

Configuration horizontale



Configuration verticale



Variantes chromatiques



Éviter les **exemples mentionnés** sur cette page et retenir les conseils afin d'assurer une utilisation cohérente du bloc Partenariats Premium.



Ne pas écrire avec une autre typographie que Virage Bold.



Ne pas faire appliquer de rotation. Se limiter exclusivement aux versions horizontale et verticale.



Ne pas placer la mention à droite du logo.



Ne pas aligner la mention à gauche.



**PARTENAIRE
PREMIUM**

Ne pas modifier la proportion des éléments.



**PARTENAIRE
PREMIUM**

Ne pas changer la disposition de la mention par rapport au blason.

**PARTENAIRE
PREMIUM**



En version monochrome, ne pas utiliser d'autres couleurs en dehors du noir et du blanc.



PARTENAIRE PREMIUM

Ne pas écrire la mention sur une seule ligne.

4.

UNIVERS DE MARQUE



Nous sommes

ROUGE & BLEU

Notre histoire s'écrit

EN COULEURS

La palette de couleurs Paris, conçue à partir des **couleurs de l'emblème Paris Saint-Germain**, permet de relier la communication marketing à l'identité des produits afin d'optimiser la reconnaissance visuelle.

**BLEU
PARIS**

Pantone 294 C
CMJN 100 50 0 50
RVB 0 64 112
RAL 5010

**ROUGE
PARIS**

Pantone 185 C
CMJN 0 100 100 0
RVB 227 6 19
RAL 3028

BLANC

CMJN 0 0 0 0
RVB 255 255 255
RAL 9010 et 9016
(selon l'environnement)

**OR
PARIS**

Pantone 872 C
CMJN 20 30 70 5
RVB 206 171 93
RAL Métallisé 1036
RAL Aplat 1024

Nous utilisons **3 couleurs** pour notre langage typographique. Cette page montre les **différentes combinaisons possibles** :

1. Bichromie - Bleu+Blanc

La combinaison la plus simple.

2. Trichromie - Bleu+Blanc+Rouge

L'ajout du rouge à la palette enrichit la hiérarchie de texte.

1

BLEU PARIS
FOND BLANC

BLANC
FOND BLEU

2

ROUGE PARIS
& BLEU PARIS
FOND BLANC

ROUGE PARIS
& BLANC
FOND BLEU

Si le Bleu Paris est la teinte principale du Paris Saint-Germain, il est toutefois possible d'adapter la nuance du bleu afin de répondre à des besoins de reproduction spécifiques (contraste visuel, univers premium, etc.).

La nuance sélectionnée doit être comprise **entre les valeurs colorimétriques du Bleu Héritage et du Bleu Nuit** (indiquée ci-contre).

0%

33%

70%

100%

**BLEU
HÉRITAGE**

Pantone 2945 C
CMJN 100 70 0 3
RVB 16 86 159

**BLEU
PARIS**

Pantone 294 C
CMJN 100 50 0 50
RVB 0 64 112
RAL 5010

**BLEU
PREMIUM**

Pantone 648 C
CMJN 100 85 40 40
RVB 26 43 76
RAL 5013

**BLEU
NUIT**

Pantone 2768 C
CMJN 100 90 50 70
RVB 20 20 40
RAL 5003

Si le Rouge Paris est la teinte principale du Paris Saint-Germain, il est toutefois possible d'adapter la nuance du rouge afin de répondre à des besoins de reproduction spécifiques (contraste visuel, univers premium, etc.).

La nuance sélectionnée doit être comprise **entre les valeurs colorimétriques du Rouge Paris et du Rouge Sombre** (indiquée ci-contre).

0%

100%

**ROUGE
PARIS**

Pantone 185C
CMJN 0 100 100 0
RVB 227 6 19
RAL 3028

**ROUGE
SOMBRE**

CMJN 0 100 100 50
RVB 138 16 2

L'usage des couleurs évolue dans le cadre des **activités Premium** du groupe.

1. Palette Premium

Une teinte de bleu spécifique appelée Bleu Premium, est associée à l'Or Paris et au Blanc.

2. Bichromie Or+Blanc ou Bleu premium

La combinaison la plus simple.

3. Trichromie Or+Blanc+Bleu premium

L'utilisation d'une troisième teinte permet d'enrichir la hiérarchie de texte.

1

BLEU PREMIUM

Pantone 648 C
CMJN 100 85 40 40
RVB 26 43 76

OR PARIS

Pantone 872 C
CMJN 20 30 70 5
RVB 206 171 93
RAL Métallisé 1036
RAL Aplat 1024

BLANC

CMJN 0 0 0 0
RVB 255 255 255

2

OR PARIS

FOND BLANC

3

OR PARIS & BLEU PREMIUM

FOND BLANC

OR PARIS

FOND BLEU PREMIUM

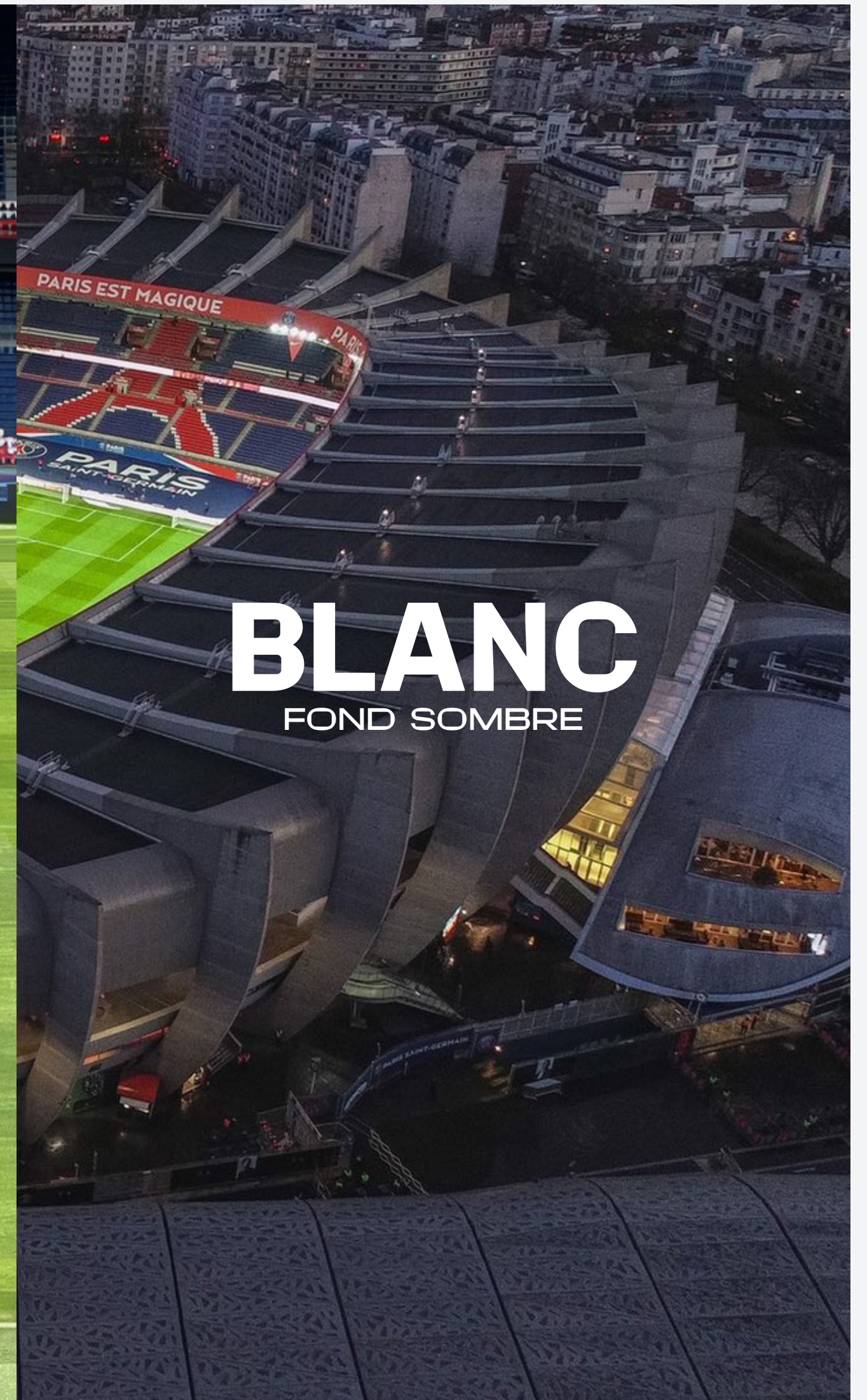
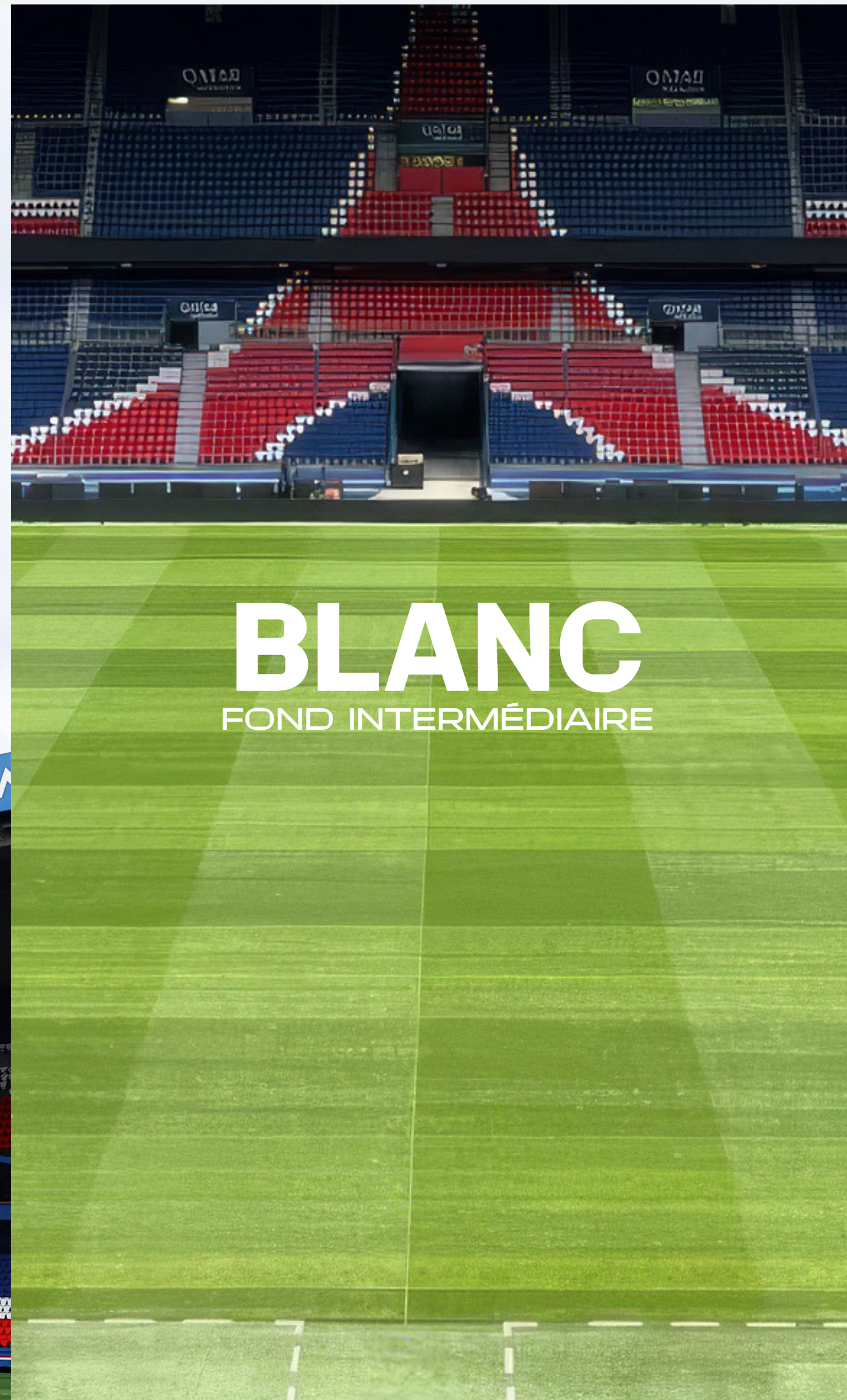
OR PARIS & BLANC

FOND BLEU PREMIUM

4.1.6

COULEURS Texte sur image

Quand le texte s'affiche sur une image, nous n'utilisons que **2 couleurs** de notre palette : le bleu et le blanc.



Quand le texte s'affiche sur fond vidéo animé, seule l'utilisation du blanc est autorisée.



Éviter les **exemples mentionnés** sur cette page et retenir les conseils afin d'assurer une utilisation cohérente de la couleur avec nos typographies.

NE PAS ÉCRIRE UNIQUEMENT EN ROUGE

Ne pas écrire uniquement en rouge.
Le rouge est notre 3^{ème} couleur, il ne doit être utilisé qu'en trichromie avec du bleu et du rouge.

NE PAS ASSOCIER LE ROUGE ET L'OR HORS DU LOGOTYPE

Ne pas associer le rouge et l'or en dehors du logotype.
Utiliser notre association de couleurs iconique :
rouge, bleu et blanc.

NE PAS COMPOSER SUR FOND ROUGE OU OR

Ne pas composer sur fond rouge ou or.
Privilégier l'arrière-plan bleu. Le rouge et l'or sont des teintes de soutien et doivent être utilisées en plus petite proportion que le bleu.

NE PAS ASSOCIER PLUSIEURS VARIANTES DE BLEU ENTRE ELLES

Ne pas associer plusieurs variantes de bleu entre elles.
Utiliser les autres couleurs de nos palettes pour composer en polychromie.

Le club de la nouvelle génération
s'exprime avec sa propre typographie.

MARQUANTE,
Lisible,
IDENTITAIRE.

Voici comment l'utiliser.

Le PSG possède une nouvelle famille de typographie exclusive : **Virage**.

La typographie Virage possède une grande **variété de styles**, représentant l'étendue des activités du Paris Saint-Germain.

Important

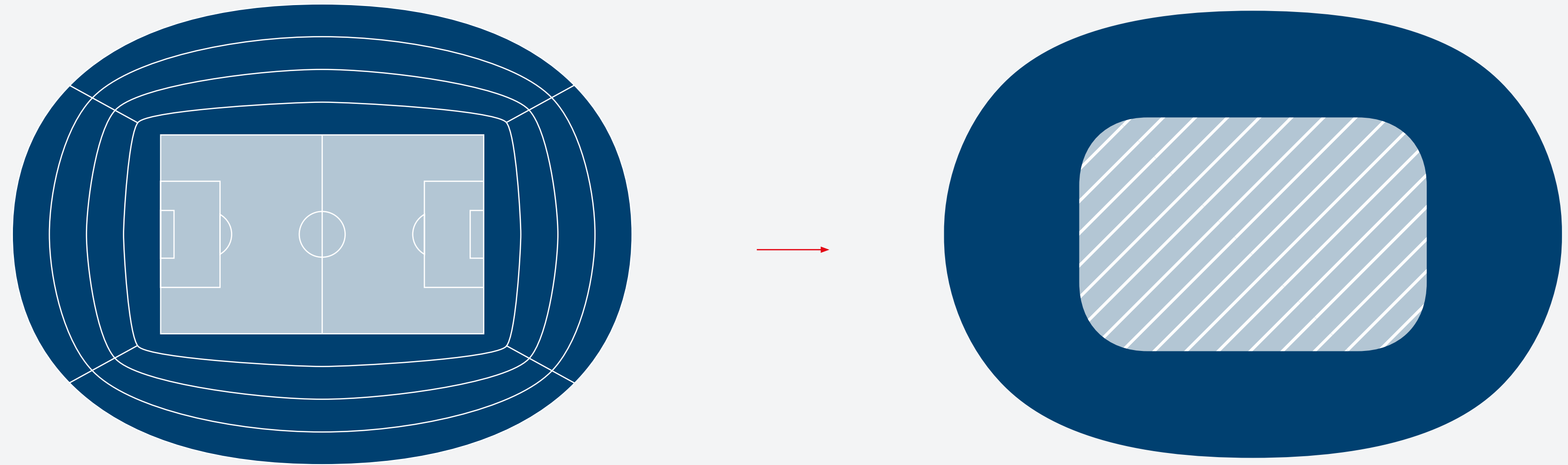
Toute typographie utilisée au sein du Paris Saint-Germain doit impérativement et exclusivement faire partie de la famille Virage.

ESPORTS RESPECT NOUVELLE GÉNÉRATION *Innovation*
COMMUNAUTÉ Talents PARIS Challengers
Formation *Parc des Princes* **DIGITAL** INTERNATIONAL
Campus HANDBALL *Style* **Champions**
ICI C'EST PARIS Créatif COMMUNAUTÉ *Talents*
FOOTBALL École Rouge&Bleu **FANS**
Révolution LIFESTYLE **LE CERCLE** Coubertin
JUDO Une ville, un club *Ambition* **Paname**

Le dessin de la typographie Virage s'inspire de la silhouette ovale des stades omnisports de tradition latine et de l'opposition formelle entre l'**ovale** extérieur et la **rectangularité** du terrain.

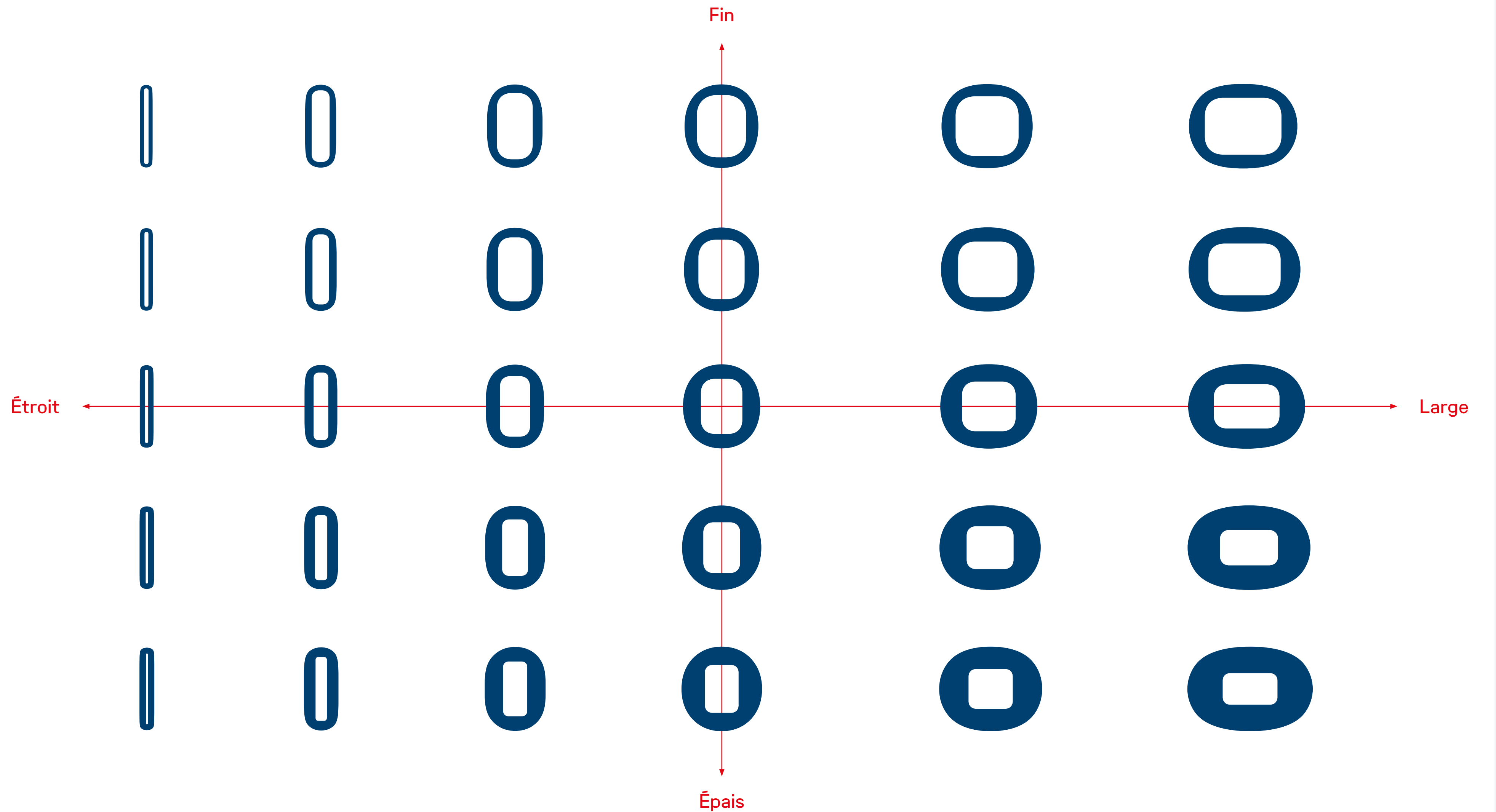
Important

Toute typographie latine utilisée au sein du Paris Saint-Germain doit impérativement et exclusivement faire partie de la famille Virage.



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

Les variantes graphiques de la police Virage se déclinent selon **deux axes** : **Largeur** et **épaisseur**.



Les variantes de la typographie
Virage servent **différents objectifs**.

Nous les avons regroupés en **3 styles**,
à utiliser selon la typologie de texte
et le style de communication souhaité.

N°1

Corporate

Le style typographique pour les titres,
sous-titres, le texte courant, les légendes
et les mentions.

N°2

IMPACT

Le style typographique pour les logotypes,
les slogans et les titres grand format.

N°3

EXTRA

Le style typographique pour les mots clés
grand format.

Les langues **non-latines** comme les alphabets **arabes, chinois, coréen ou japonais** ne sont pas pris en compte par la typographie Virage.

Dans ces cas précis, la typographie **IBM Plex Sans** sera utilisée pour communiquer dans ces langues.

Arabe

IBM Plex Arabic Thin

نامريچ ناس سي راب

IBM Plex Arabic ExtraLight

نامريچ ناس سي راب

IBM Plex Arabic Light

نامريچ ناس سي راب

IBM Plex Arabic Regular

نامريچ ناس سي راب

IBM Plex Arabic Text

نامريچ ناس سي راب

IBM Plex Arabic Medium

نامريچ ناس سي راب

IBM Plex Arabic Semibold

نامريچ ناس سي راب

IBM Plex Arabic Bold

نامريچ ناس سي راب

Coréen

IBM Plex Sans KR Thin

파리 생제르맹

IBM Plex Sans KR ExtraLight

파리 생제르맹

IBM Plex Sans KR Light

파리 생제르맹

IBM Plex Sans KR Regular

파리 생제르맹

IBM Plex Sans KR Text

파리 생제르맹

IBM Plex Sans KR Medium

파리 생제르맹

IBM Plex Sans KR Semibold

파리 생제르맹

IBM Plex Sans KR Bold

파리 생제르맹

Chinois

IBM Plex Sans SC Thin

巴黎圣日尔曼

IBM Plex Sans SC ExtraLight

巴黎圣日尔曼

IBM Plex Sans SC Light

巴黎圣日尔曼

IBM Plex Sans SC Regular

巴黎圣日尔曼

IBM Plex Sans SC Text

巴黎圣日尔曼

IBM Plex Sans SC Medium

巴黎圣日尔曼

IBM Plex Sans SC Semibold

巴黎圣日尔曼

IBM Plex Sans SC Bold

巴黎圣日尔曼

Japonais

IBM Plex Sans JP Thin

パリ・サンジェルマン

IBM Plex Sans JP ExtraLight

パリ・サンジェルマン

IBM Plex Sans JP Light

パリ・サンジェルマン

IBM Plex Sans JP Regular

パリ・サンジェルマン

IBM Plex Sans JP Text

パリ・サンジェルマン

IBM Plex Sans JP Medium

パリ・サンジェルマン

IBM Plex Sans JP Semibold

パリ・サンジェルマン

IBM Plex Sans JP Bold

パリ・サンジェルマン

L'interlettre des **titres écrits en lettres capitales** peut être ajusté en fonction de la **taille d'affichage** et de la **chasse typographique** utilisée.

Si le texte est petit, il est possible de renforcer l'interlettre. Si le texte est grand, il est possible de réduire l'interlettre.

Texte petit format

+20
COMPACT CONDENSED NARROW
REGULAR WIDE
EXTENDED

Texte moyen format

0
COMPACT CONDENSED NARROW
REGULAR WIDE
EXTENDED

Texte grand format

0 -20
COMPACT CONDENSED NARROW
-40
REGULAR WIDE
EXTENDED

Tout comme l'interlettre, l'interligne des **titres écrits en lettres capitales** peut être revu selon la **taille d'affichage** et la **chasse typographique** utilisée.

Grand format

Max.
120% x
x
NORMAL
BOLD

Min.
90% x

NORMAL
BOLD

Grand format chasse étroite

Max.
100% x
x
CONDENSED
BOLD

Min.
85% x

CONDENSED
BOLD

Grand format chasse large

Max.
120% x
x
EXTENDED
BOLD

Min.
90% x

EXTENDED
BOLD

Le texte est, par défaut, aligné à gauche. L'alignement au centre convient aux titres grand formats avec peu de texte.

Les options d'alignements ne doivent **pas être combinées** sur un même document.

OPTION 1

**TEXTE ALIGNÉ
À GAUCHE**

L'alignement de texte par défaut, adapté à tous les usages, et principalement aux paragraphes de texte courant.

Si un texte est aligné à gauche, tous les blocs de texte de la page doivent également l'être.

OPTION 2

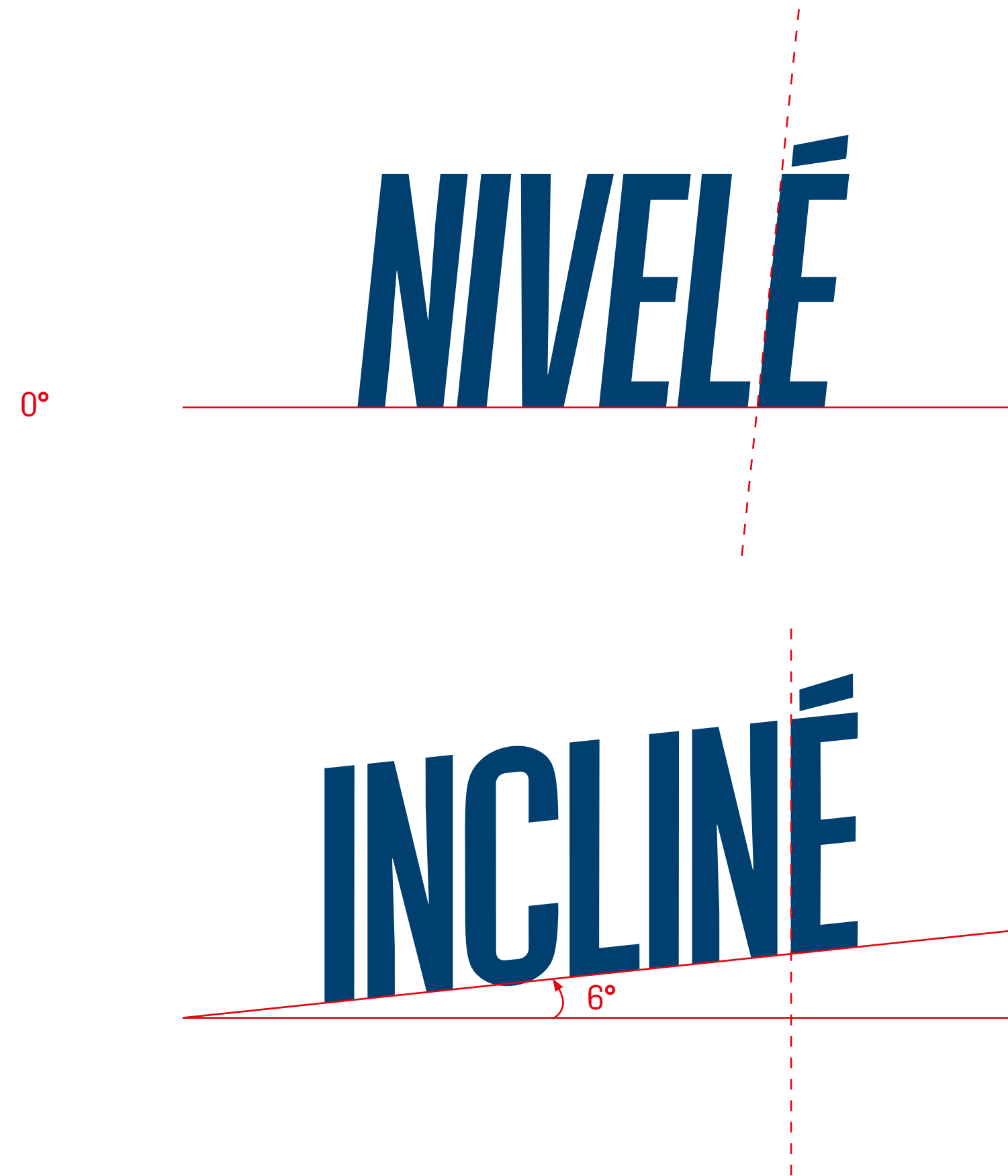
**TEXTE ALIGNÉ
AU CENTRE**

L'alignement de texte adapté aux messages courts.

Il est possible d'incliner le texte en italique sur sa ligne de base afin d'apporter plus de dynamisme aux **mots courts à utilité promotionnelle**.

L'inclinaison **doit être paramétrée manuellement à 6°**, ce qui correspond à l'angle d'inclinaison de l'italique.

Paramètres d'inclinaison



Condensed Bold Italic 160pt

Plusieurs lignes inclinées

54 GOALS SCORED
 IN A SEASON IN ALL COMPETITIONS
 BY A FRENCHMAN

Compact Ultrabold Italic 160pt
 Condensed Ultrabold Italic 36pt

Mix nivelé + incliné

500TH
 PLAYER FOR
 PARIS SAINT-GERMAIN


Compact Ultrabold Italic 270pt
 Extended Ultrabold 10pt

Il est possible de courber le texte afin d'apporter plus de dynamisme aux **mots courts à utilité promotionnelle**.

Paramètres d'arrondi



NIVELÉ



ARRONDI

Condensed Bold Italic 100pt

Plusieurs lignes courbées



PARISIENS &
CHAMPIONS

Wide Semibold 30pt
Condensed Ultrabold 140pt

Mix nivelé + courbé

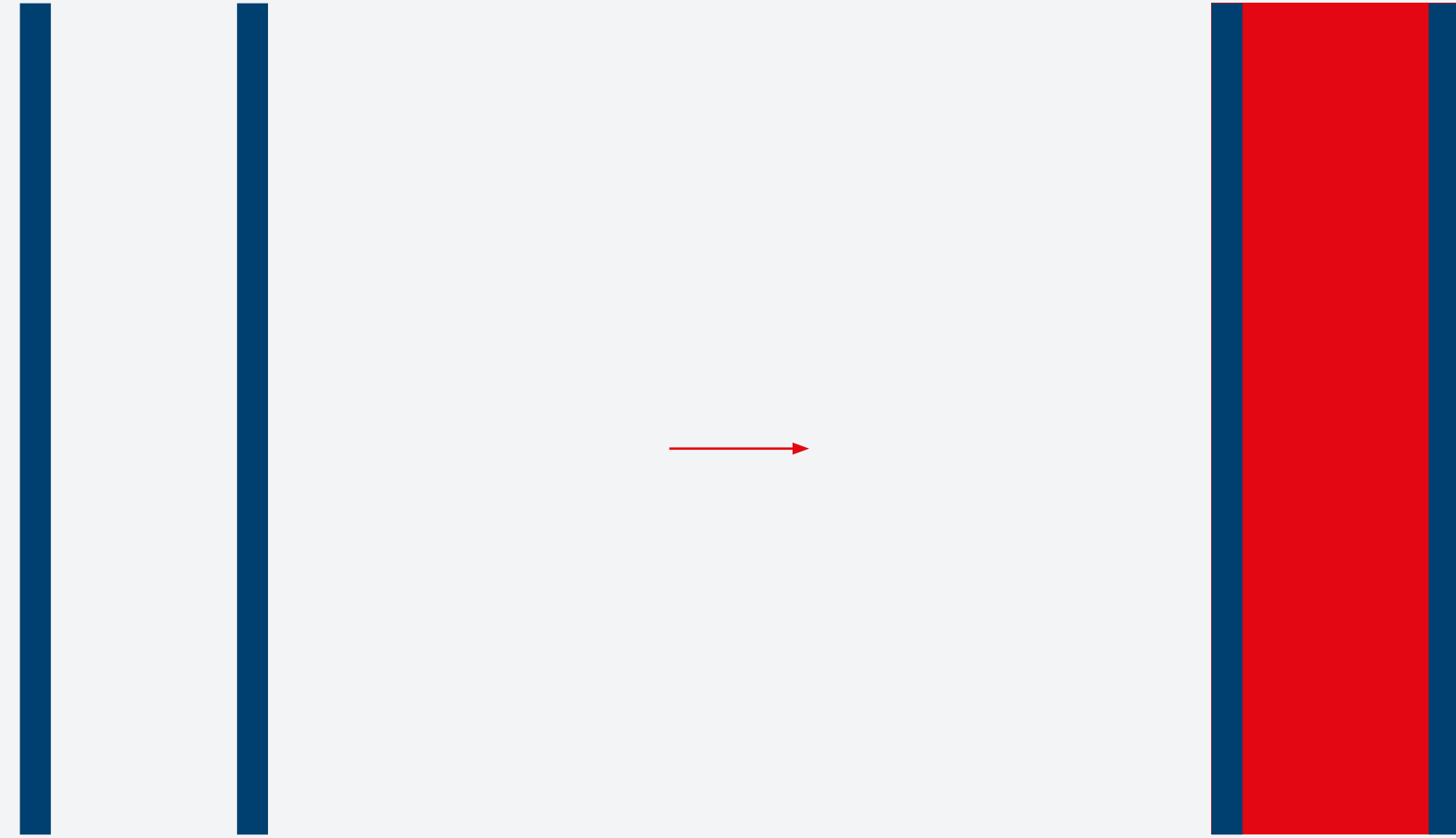
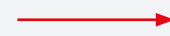


PARISIENS &
CHAMPIONS

Wide Semibold 30pt
Condensed Ultrabold 140pt

La typographie Virage dispose d'une deuxième caractéristique unique : une **variante en contour**, dite **Extra**, de tous les lettres majuscules.

Mise en couleur, cette singularité permet de reproduire l'iconique **bande bicolore** du maillot de joueurs, incontournable dans l'histoire du club saison après saison.



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

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

La variante Extra peut être utilisée **seule ou bien combinée** à la Virage standard afin de recréer la bande bicolore du maillot parisien.

Virage
Arrière-plan

GOAL

+

Virage Extra
Premier plan

GOAL

=

Virage Extra bicolore
Superposition

GOAL

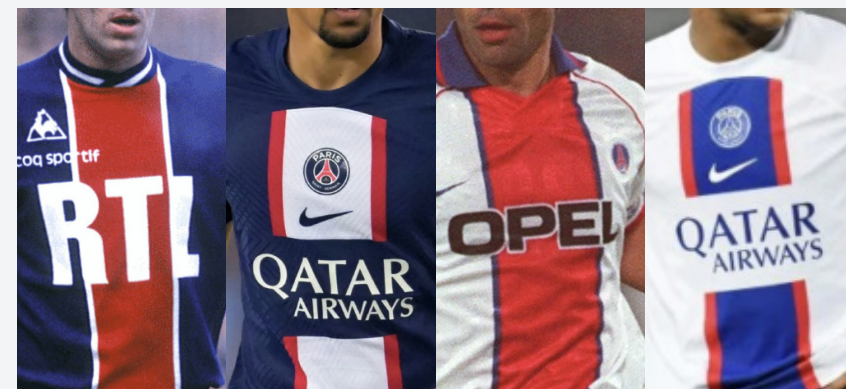
Les versions colorées principales de la variante Extra s'inspirent des différents **couleurs de bande** utilisés sur les maillots au fil des générations.

1 & 2. Extra seul

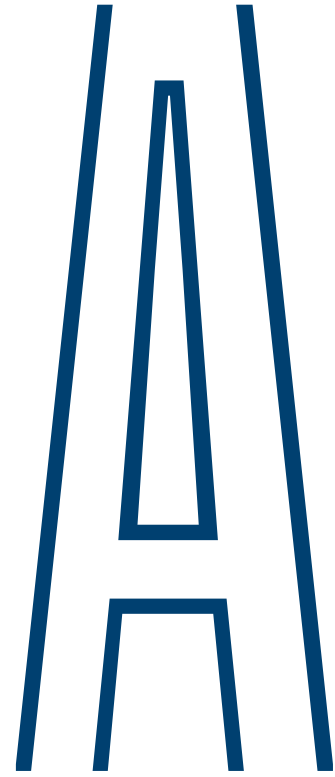

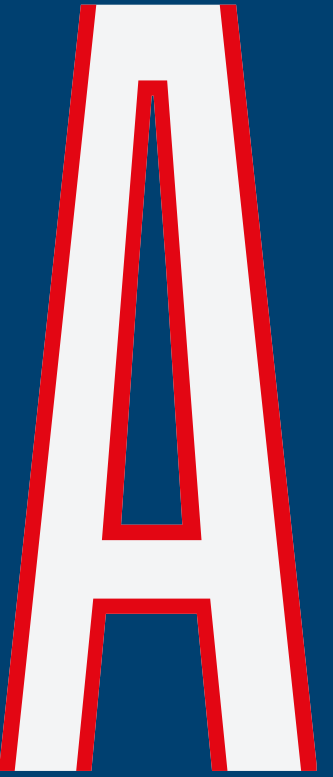






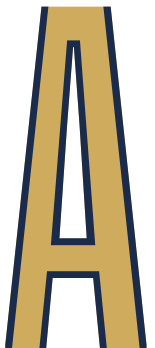

Disponible uniquement en bleu et blanc.

3 à 6. Extra bicolore

Les versions à privilégier. Inspirations ci-dessous.



Les versions Premium de la variante Inline reprennent le principe de la bande Hechter mais en utilisant les couleurs **bleu et doré Premium**. Toutes les variantes doivent obligatoirement utiliser le doré.

<p>1</p> 	<p>2</p> 	<p>3</p> 	<p>4</p> 	<p>5</p> 	<p>6</p> 
<p>7</p> 	<p>8</p> 	<p>9</p> 	<p>10</p> 	<p>11</p> 	<p>12</p> 

Éviter les **exemples mentionnés** sur cette page et retenir les conseils afin d'assurer une utilisation cohérente de nos styles typographiques.

**NE PAS ÉTIRER
OU COMPRESSER LES LETTRES
MANUELLEMENT**

Ne pas étirer ou compresser les lettres manuellement.
La typographie Virage dispose de nombreuses variantes de largeur
et d'épaisseur pour répondre aux différents besoins.

**NE PAS RÉDIGER EN LETTRES CAPITALES
DE LONGS PARAGRAPHES DE TEXTE.
AVANT TOUT, CELA DEMANDE BEAUCOUP
D'EFFORTS À LA LECTURE, CAR LES MOTS EN LETTRES
CAPITALES SONT PLUS LENTS À LIRE.
CELA TRANSMET ÉGALEMENT UN DÉSAGRÉABLE
SENTIMENT DE COLÈRE ET D'AUTORITÉ.**

Ne pas rédiger de paragraphe entièrement en lettres capitales.
Réserver les lettres capitales aux titres et
aux messages courts.

**NE PAS ALIGNER
LES TITRES EN
JUSTIFIANT LE BLOC DE TEXTE**

Ne pas aligner les titres en justifiant le bloc texte,
cela se fait toujours au détriment de l'interlettrage et de l'intermot.
Alternier plutôt les tailles et variantes de texte pour un bel alignement.

**NE PAS ÉCRIRE
DE PHRASE NI DE MOT LONG
EN VIRAGE EXTRA**

Ne pas écrire de phrase ou mot long en style Extra.
Le style Extra est réservé aux mots courts,
qui attirent l'attention.

Éviter les **exemples mentionnés** sur cette page et retenir les conseils afin d'assurer une utilisation cohérente de nos styles typographiques.

Ne pas faire **VARIER** la hauteur des lettres sur une **MÊME LIGNE** de texte

Ne pas changer la hauteur du texte sur une même ligne.
Faire un retour ligne avant chaque changement de hauteur de texte,
il est néanmoins possible de changer la chasse sur une même ligne.

**NE PAS FAIRE VARIER LA TAILLE DES
LETTRES D'UN MÊME MOT**

Ne pas faire varier la taille des lettres d'un même mot.

**NE PAS RÉDUIRE OU
AUGMENTER L'INTERLIGNAGE
AU-DELÀ DES VALEURS
RECOMMANDÉES.**

Ne pas réduire ou augmenter l'interlignage hors
des valeurs recommandées.

**NE PAS RÉDUIRE OU
AUGMENTER L'INTERLETTAGE
AU-DELÀ DES VALEURS RECOMMANDÉES.**

Ne pas réduire ou augmenter l'interlettrage hors
des valeurs recommandées. Ajuster le choix de la variante
et de la taille de texte afin d'occuper correctement l'espace.

Éviter les **exemples mentionnés** sur cette page et retenir les conseils afin d'assurer une utilisation cohérente de nos styles typographiques.

**NE PAS ÉCRIRE DE TEXTE
EN CONTOUR**

Ne pas écrire de texte en contour. La variante Extra est à utiliser pour recréer un effet similaire.

PAS DE VIRAGE EXTRA À PETITE TAILLE

Ne pas employer la Virage Extra pour les textes à petite échelle. Assurer la lisibilité avec des lettres pleines.

**NE PAS CRÉER DU RELIEF
EN SUPERPOSANT DU TEXTE**

Ne pas créer du relief en superposant du texte. Il est toutefois possible d'ajouter un véritable relief 3D au texte, à l'aide d'un logiciel adapté.

NE PAS ÉCRIRE DE PHRASE NI DE MOT LONG EN VIRAGE COMPACT

Ne pas écrire de phrase ou mot long en Virage Compact. Réserver la variante Compact pour les mots courts et les formats très verticaux.

Un cri de ralliement nous identifie.
Une ville nous unit.

ICI C'EST PARIS

4.3.1

SLOGANS Ici c'est Paris

Le slogan *Ici c'est Paris* a transcendé sa fonction marketing pour devenir un **pilier de l'identité du PSG**. Il exprime l'attachement profond du club à sa ville natale et la fierté de représenter Paris sur la scène mondiale.

Son aspect graphique n'est pas arrêté, il peut prendre **différentes formes** afin de répondre à l'ensemble des besoins de reproduction.

Quelques exemples sur cette page :

1. Version compacte 3 lignes
2. Version une ligne étendue
3. Version compacte 2 lignes
4. Version une ligne inclinée.

1

ICI
C'EST
PARIS

2

ICI C'EST PARIS

3

ICI C'EST
PARIS

4

ICI C'EST PARIS

4.3.2

SLOGANS Secondaires

Lors des différentes activations de la marque, d'autres slogans peuvent être employés dans la communication du groupe.

1. Paris est magique
 2. Parisiens et Champions
 3. Make it Paris
 4. History is made in Paris
 5. We are Paris
 6. Ici bat le cœur de Paris
- etc.

1

PARIS EST MAGIQUE

2

VILLE LUMIÈRE

3

MAKE IT PARIS

4

HISTORY IS MADE IN PARIS

5

WE ARE PARIS

6

ICI BAT LE CŒUR DE PARIS

La ligne bicolore, présente sur nos maillots,
est inscrite dans notre langage visuel.

UNE LIGNE



DEUX COULEURS

La ligne bicolore est un élément identitaire bien établi de la marque. Elle peut être **utilisée sous les 2 formes suivantes.**

Ligne Identité



Lignes Message



4.4.2

LIGNE BICOLORE

Ligne Identité

La ligne Identité indique la présence de la marque sans avoir recours au logotype ou au nom écrit.

Elle peut librement traverser un document **horizontalement, verticalement ou en diagonal.** Elle peut être utilisée d'un bord à l'autre du document ou bien flottante dans celui-ci.

Construction

Haut : Rouge Paris

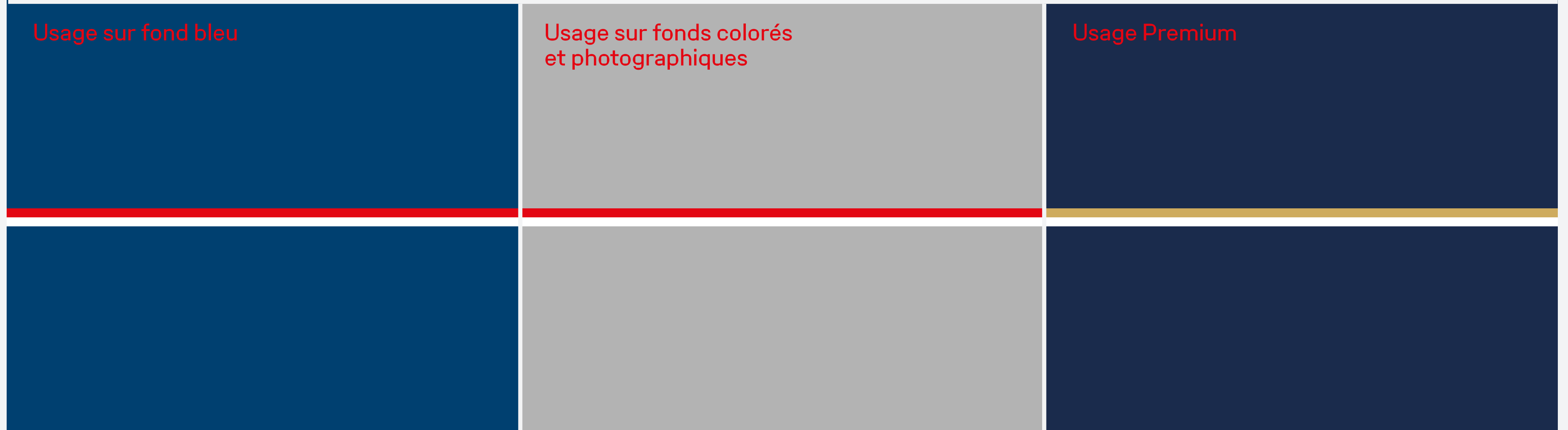
Bas : Blanc



Usage sur fond bleu

Usage sur fonds colorés et photographiques

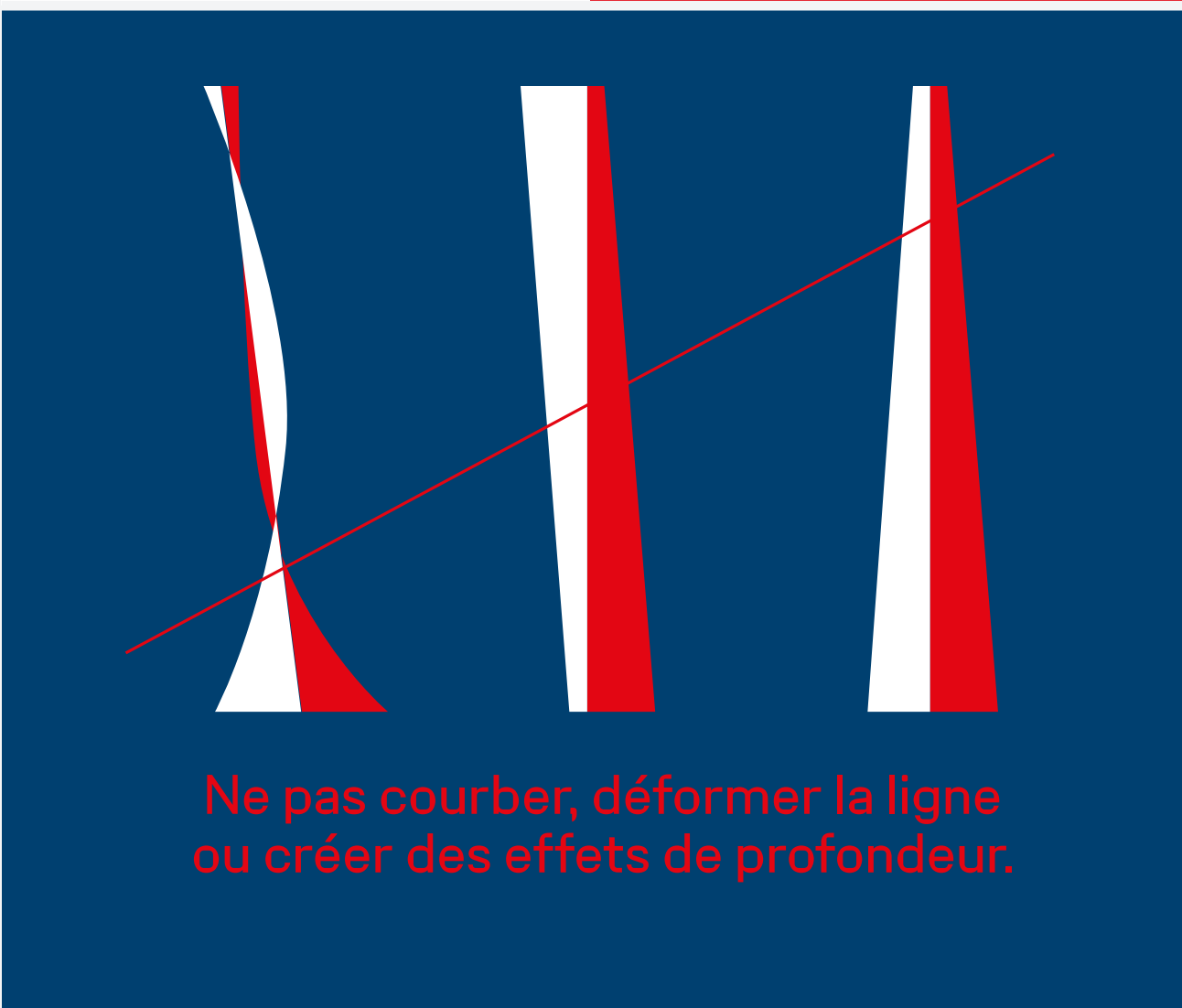
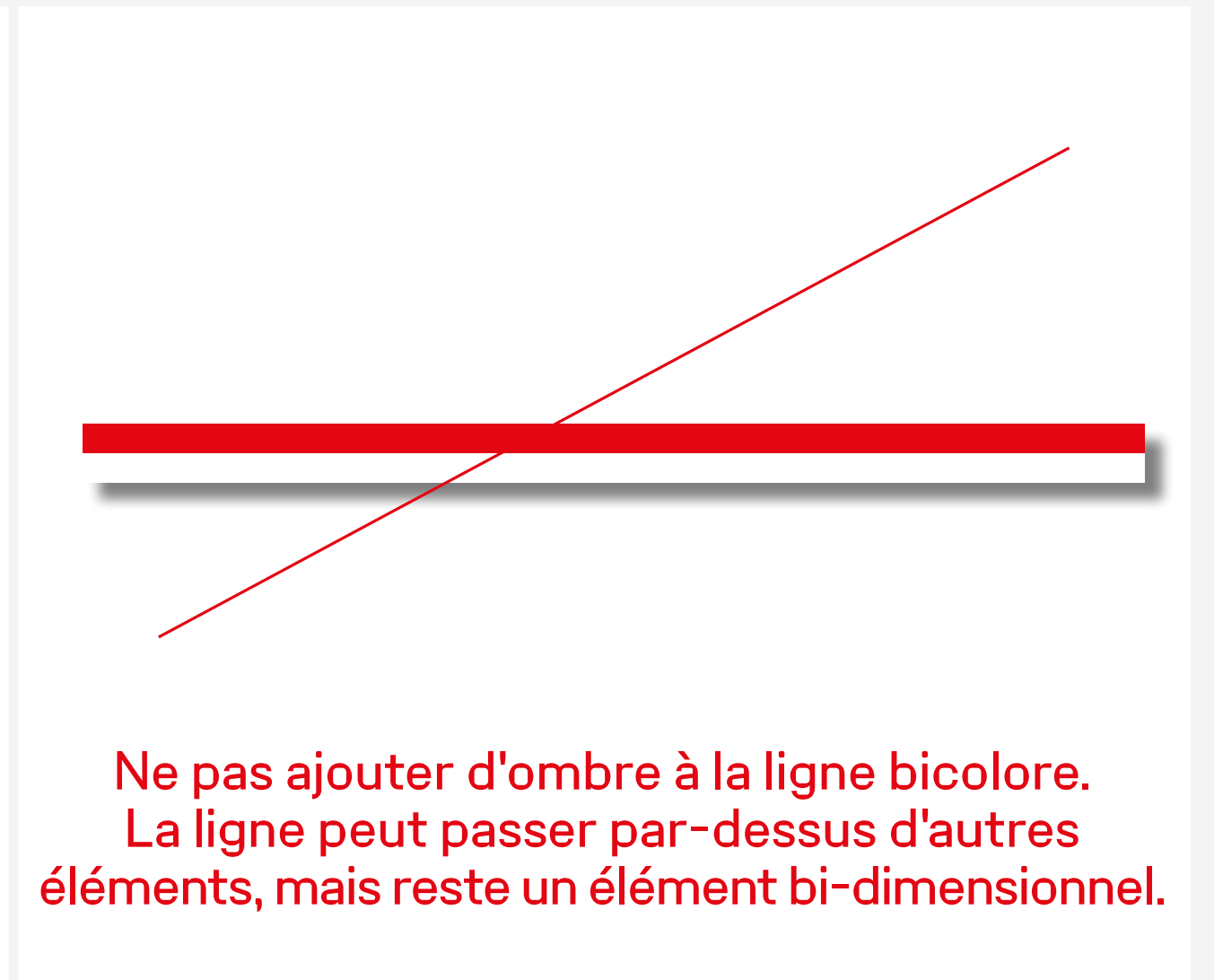
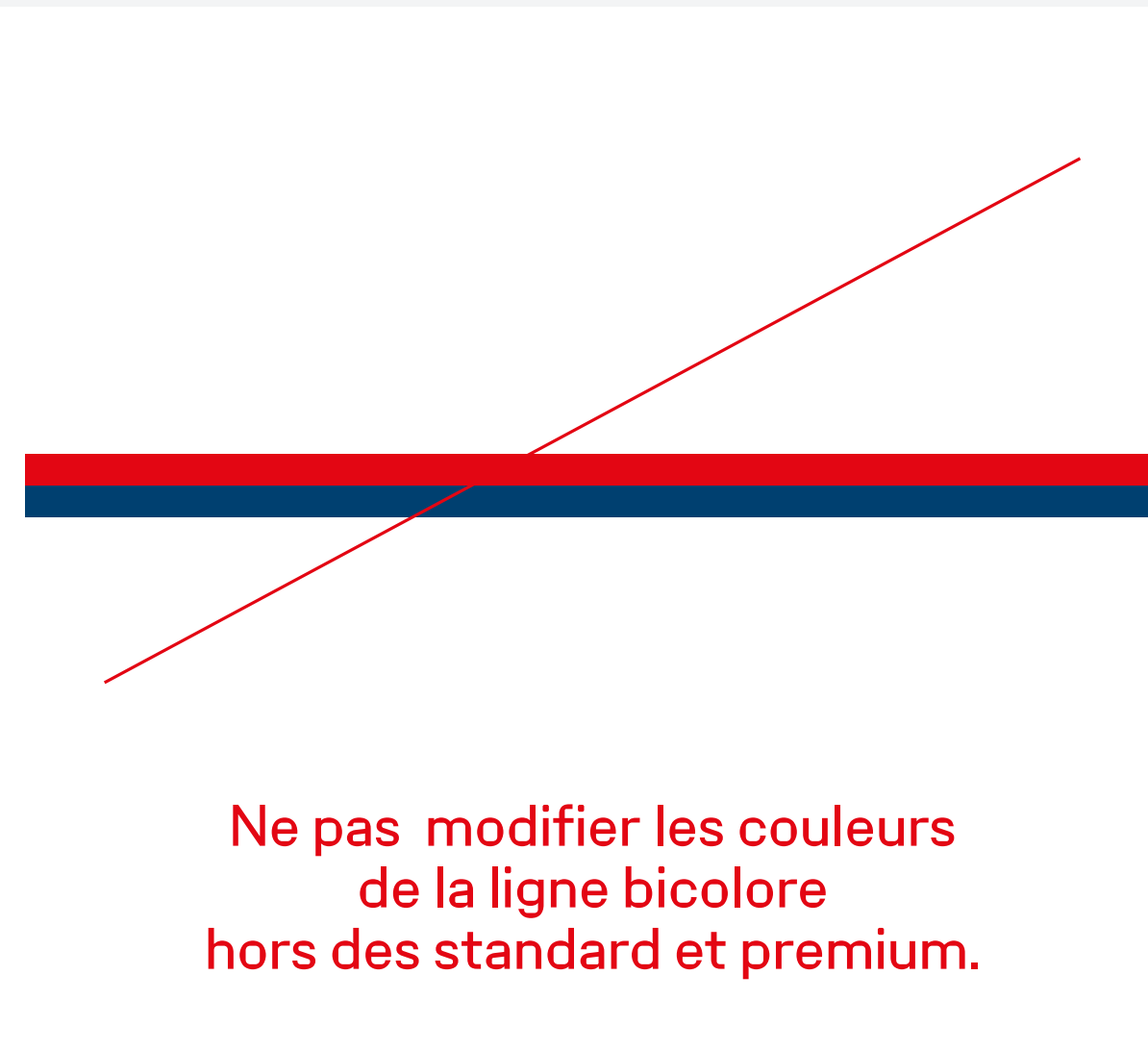
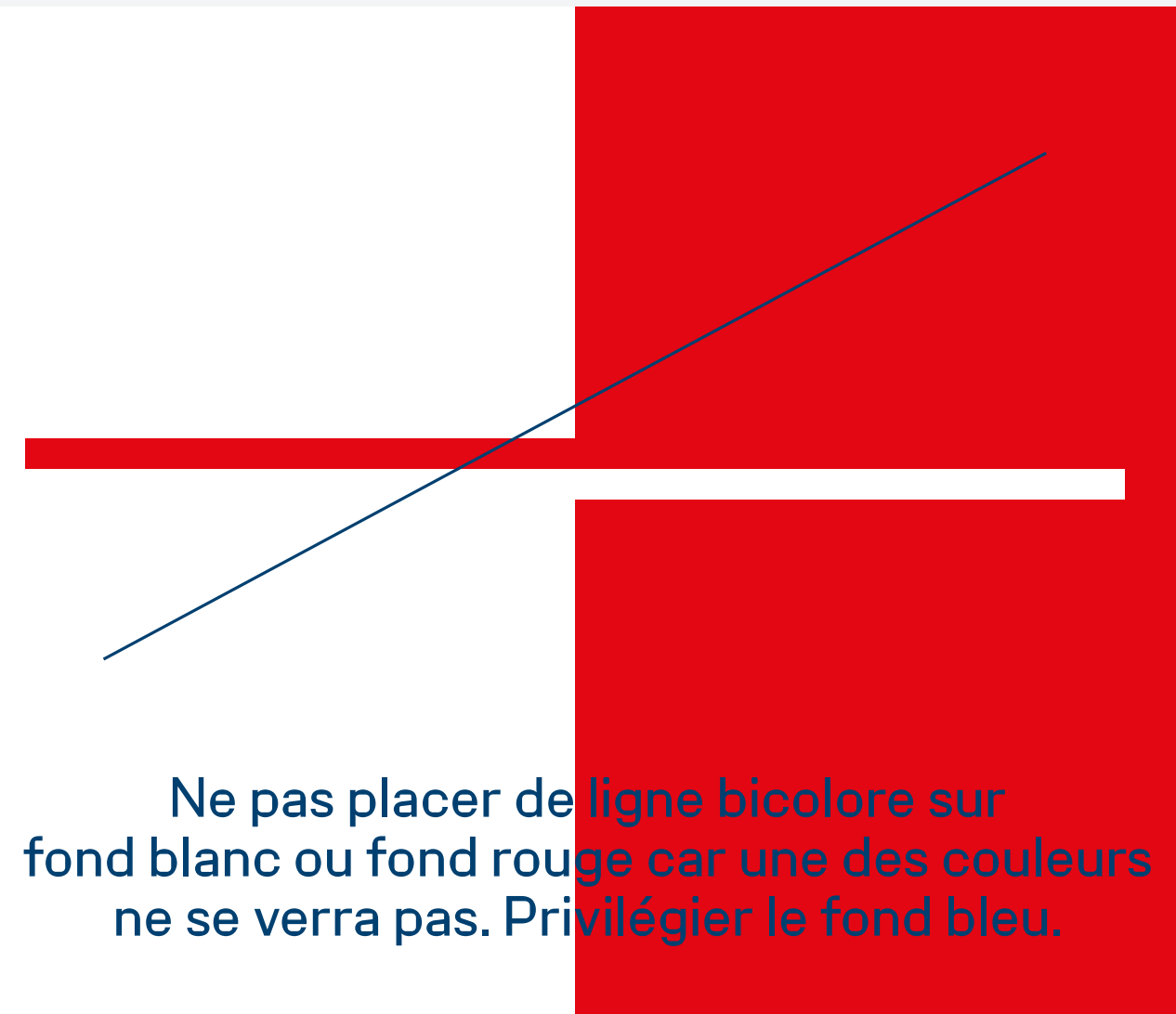
Usage Premium



La ligne Message se compose de deux lignes Identité qui servent à habiller et "brander" un titre ou une accroche.



Éviter les **exemples mentionnés** sur cette page et retenir les conseils afin d'assurer une utilisation cohérente de la ligne bicolore.



5. STYLE GUIDE



Style Corporate

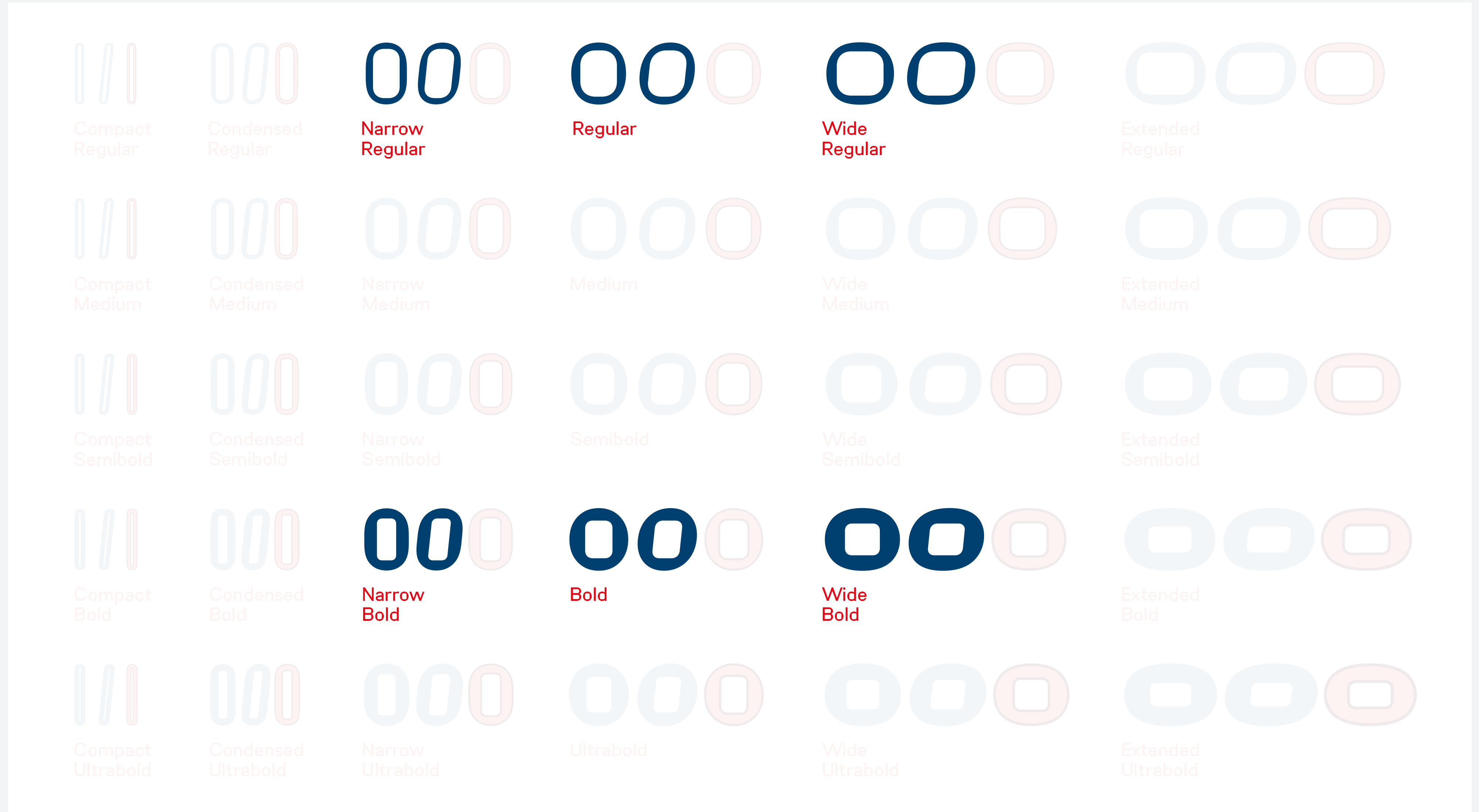
STYLE CORPORATE

Palette typographique

La palette comprend 3 chasses (largeur) déclinées en 2 graisses (épaisseur).

Elle est dédiée à **tous les collaborateurs de la marque** et répond à la majorité des **besoins graphiques institutionnels**.

Sa commodité à l'usage favorise une communication à l'apparence cohérente, maîtrisée et technique, aussi bien adaptée à la mise en page des titres qu'à la lecture des textes courants.



Le style Corporate est le style de référence pour composer les **titres**, **sous-titres**, le **texte courant**, les **légendes** et les **mentions**.

Il peut être utilisé en lettres **bas de casse** ou en lettres **capitales**.

Nom
Wide Bold 20pt



Alex GUO
53 avenue Emile Zola
92100 Boulogne
P: +86 13857900998
aguo@psg.fr

Informations
Regular 20pt

M. Jean DUPONT
10 Boulevard Magenta
75010 Paris

Paris, le 15 Juillet 2024

Objet
Bold 20pt

Objet : Abonnement 24/25

Corps
Regular 20pt

Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous annoncer l'ouverture des réabonnements pour la saison 2024-2025. Votre soutien indéfectible nous a conduits à de nombreux succès, et nous sommes impatients de vous retrouver au Parc des Princes pour une nouvelle saison pleine d'émotions.

Les réabonnements ouvriront dès le 1er août 2024. Assurez-vous de renouveler votre place pour continuer à vivre des moments inoubliables.

Pour plus d'informations et pour procéder au réabonnement, veuillez vous rendre sur notre site officiel.

Nous vous prions d'agréer, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.

Le style Corporate est le style de référence pour composer les **titres**, **sous-titres**, le **texte courant**, les **légendes** et les **mentions**.

Il peut être utilisé en lettres **bas de casse** ou en lettres **capitales**.

Numéro de l'entrée
Wide Regular 160pt

Descriptif principal
Wide Bold 22pt

Informations secondaires
Wide Bold 13pt

**1****ENTRÉE
DU CAMPUS**ENTRANCE OF
THE CAMPUS**100, RUE DU GRAND PARIS****HORAIRES
9H - 20H**

PICTOGRAMMES

Traduction anglaise
Wide Regular 13pt

5.1.2

STYLE CORPORATE

Exemple d'utilisation 3

Le style Corporate est le style de référence pour composer les **titres**, **sous-titres**, le **texte courant**, les **légendes** et les **mentions**.

Il peut être utilisé en lettres **bas de casse** ou en lettres **capitales**.

Hiérarchie nv.1
Bold 22pt

Hiérarchie nv.2
Wide Regular 10pt

Hiérarchie nv.3
Narrow Regular 10pt

Mentions légales
Narrow Regular 7pt

**Promotion website
et réseaux sociaux**
Bold 10pt

CHAMPIONNAT DE FRANCE DE LIGUE 1
SAISON 2024/2025

Paris Saint-Germain - Club Visiteur

PARC DES PRINCES
Ouverture des portes 1h30 avant le début du match

TRIBUNE/STAND
BORELLI

PORTE/GATE
K

ACCES/ACCESS
117

RANG/ROW
1

SIEGE/SEAT
67

1313753

STADE RENNAIS
Invitation Club Visiteur

Date et Horaire sur PSG.fr
Date and Time on PSG.fr

LOGO

LOGO

LOGO

LOGO

LOGO

LOGO

Traduction anglaise
Italic

Dispositions applicables au porteur du billet (le "Porteur") :

L'acquisition et/ou l'utilisation de ce billet emporte adhésion sans réserve aux Conditions Générales de Vente des Titres d'accès pour les matchs du Paris Saint-Germain (ci-après les « CGV ») consultables sur le site <http://billetterie.psg.fr>, au Règlement Intérieur du stade qui est affiché aux entrées et à l'intérieur du stade. Les CGV prévalent sur toutes autres dispositions. L'accès au stade est interdit aux personnes faisant l'objet d'une mesure d'interdiction de stade, à toute personne ayant eu, en relation avec les activités de toute section sportive sous l'appellation Paris Saint-Germain, un comportement violent, raciste, injurieux, provocant ou plus généralement contraire aux dispositions du Règlement Intérieur du stade ou des CGV, ainsi qu'à toute personne en état d'ébriété ou sous l'influence de produits stupéfiants, sans préjudice de toutes poursuites. Aux entrées du stade, le Porteur accepte de se soumettre aux contrôles sanitaires et d'hygiène requis par les autorités compétentes dans le respect des mesures légales et réglementaires, aux palpations de sécurité, aux contrôles d'identité et à l'inspection visuelle de ses bagages à main effectuées par tout fonctionnaire de police et/ou par tout préposé de l'organisateur. À défaut, il pourra se voir refuser l'accès. Il pourra être invité à présenter les objets dont il est porteur, les objets interdits seront consignés, saisis ou refusés, étant précisé que le Paris Saint-Germain pourra refuser tout objet en consignation. Le Porteur s'engage à occuper la place figurant sur son billet, sauf demande contraire du Paris Saint-Germain. Notamment, les règlements de certaines compétitions, les exigences de l'organisateur ou des cas de force majeure peuvent conduire l'organisateur à proposer au Porteur d'occuper une place de qualité comparable à celle indiquée sur son billet, sans que sa responsabilité ne puisse être engagée. L'entrée au stade ne sera plus possible après la reprise de la seconde mi-temps et toute sortie du stade est définitive. Le Porteur s'engage à respecter la loi et les règlements applicables à la sécurité dans les enceintes sportives, et en particulier les dispositions du Code du Sport relatives à l'introduction de fusées, fumigènes ou autre artifice, ainsi que de tout objet susceptible de constituer une arme ou de présenter un danger pour autrui. La composition des équipes, les calendriers et les horaires des rencontres qui sont publiés par la LFP et/ou la FFF et/ou l'UEFA et sont donc susceptibles d'être modifiés à tout moment par ces dernières et ou par toute autorité administrative ne sont pas contractuels et leur modification ne peut engager la responsabilité du Paris Saint-Germain. Il est interdit d'utiliser, de revendre ou d'échanger le billet à des fins promotionnelles ou commerciales. Tout Porteur qui ne se conforme pas au Règlement Intérieur et/ou aux CGV pourra se voir refuser l'entrée du stade ou s'en voir expulser sans pouvoir prétendre au remboursement de son billet. À l'intérieur du stade, le Porteur doit conserver en toutes circonstances son billet. L'accès aux salons et espaces intérieurs ou extérieurs au stade se fait par les moyens d'accès à la prestation d'hospitalités remis ou adressés par le Paris Saint-Germain. Le Porteur s'engage à adopter une attitude et un comportement qui ne soit pas de nature à nuire au bon déroulement du match ou à porter préjudice aux autres clients. Il s'engage par ailleurs à porter une tenue correcte et adaptée. Le billet ne peut être ni repris, ni échangé, ni revendu en dehors du réseau de vente officiel du Paris Saint-Germain. En cas de perte ou de vol, un duplicata du billet peut être remis au guichet dédié du Stade contre paiement d'une somme de 5 € par commande. Il est interdit de capturer ou utiliser des images du match à des fins commerciales. Tout Porteur assistant à un match au stade consent et accorde gratuitement au Paris Saint-Germain le droit de capturer, d'utiliser et de reproduire son image et sa voix sur tout support connu ou à venir en relation avec le match et/ou la promotion du stade, du Paris Saint-Germain et/ou de ses partenaires, tel que les photographies, les retransmissions en direct sur écrans géants, les retransmissions télévisées en direct ou en différé, les émissions et/ou enregistrements vidéos ou sonores, pour le monde entier, pour la durée légale de protection des droits d'auteur. Le Porteur est informé que, pour sa sécurité, le stade peut être équipé d'un système de vidéoprotection placé sous le contrôle d'Officiers de Police Judiciaire et susceptible d'être utilisé notamment en cas de poursuites judiciaires. Un droit d'accès est prévu conformément aux dispositions de l'article L253-5 du Code de la Sécurité intérieure.

LOGO

REJOIGNEZ-NOUS SUR

PSG.FR

ET SUIVEZ NOUS :

RS RS RS RS

facebook.com/PSG
instagram.com/PSG
x.com/PSG_inside
tiktok.com/@psg

Mot en exergue
Bold 38pt

Le style Corporate est le style de référence pour composer les **titres**, **sous-titres**, le **texte courant**, les **légendes** et les **mentions**.

Il peut être utilisé en lettres **bas de casse** ou en lettres **capitales**.

Titre
Bold 40pt

4 PROGRAMMES PHARES

Intertitre
Bold 17pt

Chapeau
Bold 12pt

Texte courant
Regular 12pt

VISUEL 1

VISUEL 2

CANTINE SOLIDAIRE

Programme d'aide alimentaire pour les étudiants en grande précarité.

Le programme cantine solidaire s'appuie sur une collaboration solide avec les associations studhelp, copl, aïda, trouvetavoie et la communauté ecotable.

Cette initiative témoigne de la volonté indéfectible de la fondation du paris saint-germain de répondre aux besoins essentiels des étudiants qui traversent des difficultés, afin de leur assurer un quotidien plus serein.

Une aide alimentaire sur la durée est organisée via le financement de titres-restaurants distribués aux étudiants les plus en difficulté.

ÉCOLE ROUGE ET BLEU

Accompagner les enfants en difficulté avec un programme « après l'école » axé sur une démarche pédagogique et sportive innovante.

Apprendre autrement : convaincus que le sport est un levier d'apprentissage efficace, l'École ROUGE & BLEU guide les enfants vers la réussite.

1300

enfants accompagnés chaque année depuis la création du programme périscolaire en 2016

6

« Cantines solidaires » organisées au Parc des Princes depuis 2021 ont permis de proposer un repas chaud et des animations chaleureuses à 1000 étudiants en situation de précarité.

Focus chiffres

Bold 32pt

STYLE

IMPACT

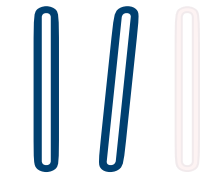
STYLE IMPACT

Palette typographique

La palette comprend toutes les variantes de chasse et d'épaisseur, à l'exception de la version Inline de la typographie.

Elle est dédiée au personnel **professionnel de l'image**, et répond aux **besoins graphiques de communication grand public**.

L'expressivité et la grande modularité des caractères offrent de multiples possibilités dans la mise en page des titres grands formats.



Compact Regular



Condensed Regular



Narrow Regular



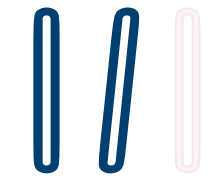
Regular



Wide Regular



Extended Regular



Compact Medium



Condensed Medium



Narrow Medium



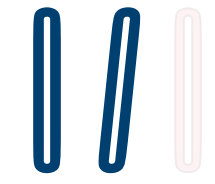
Medium



Wide Medium



Extended Medium



Compact Semibold



Condensed Semibold



Narrow Semibold



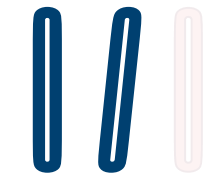
Semibold



Wide Semibold



Extended Semibold



Compact Bold



Condensed Bold



Narrow Bold



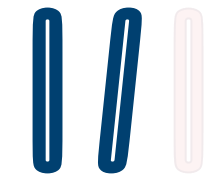
Bold



Wide Bold



Extended Bold



Compact Ultrabold



Condensed Ultrabold



Narrow Ultrabold



Ultrabold



Wide Ultrabold



Extended Ultrabold

Le style Impact est le style de référence pour composer les logotypes, les slogans et les titres grand format.

Il s'utilise **exclusivement** en lettres **capitales**.

Slogan grand format
Multiples Variantes

PARIS EST MAGIQUE

Mots en reserve
Condensed Semibold 191pt

Mots en exergue
Narrow Ultrabold 191pt

Le style Impact est le style de référence pour composer les logotypes, les slogans et les titres grand format.

Il s'utilise **exclusivement** en lettres **capitales**.

**Slogan
grand format**
Multiples variantes

**WE ARE
PARIS**

Mots en réserve
Extended Bold 85pt

Mot en exergue
Narrow Bold 230pt

Le style Impact est le style de référence pour composer les logotypes, les slogans et les titres grand format.

Il s'utilise **exclusivement** en lettres **capitales**.

**Slogan
grand format**
Multiples variantes

**ICI
C'EST
PARIS**

Mot en exergue n°1
Extended Medium 250pt

Mot en réserve
Wide Bold 110pt

Mot en exergue n°2
Condensed Bold 310pt

Le style Impact est le style de référence pour composer les logotypes, les slogans et les titres grand format.

Il s'utilise **exclusivement** en lettres **capitales**.

Slogan grand format
Multiples variantes

HISTORY
IS MADE IN
PARIS

Mots en réserve
Condensed Ultrabold 193pt

Mots en réserve 2
Wide Ultrabold 54pt

Mot en exergue
Compact Bold 593pt

5.2.2

STYLE IMPACT

Exemple d'utilisation 5

Le style Impact est le style de référence pour composer les logotypes, les slogans et les titres grand format.

Il s'utilise **exclusivement** en lettres **capitales**.

Score
Wide Ultrabold 41pt

Focus chrono
Compact Ultrabold
Italic 306pt
Inclinaison 6°



Le style Impact est le style de référence pour composer les **logotypes**, les **slogans** et les **titres grand format**.

Il s'utilise **exclusivement** en lettres **capitales**.

Score
Wide Ultrabold 41pt

Chrono
Extended Regular 26pt

Nom du joueur
Extended Bold 43pt

Focus action
Condensed Bold 223pt



La combinaison des styles Corporate et Impact est adaptée aux contenus publics à **caractère informatif et/ou commerciale** à contenu dense et hiérarchie complexe.

Titre grand format

Style Impact
Condensed Regular 90pt

VISUEL

TICKETPLACE
PLACES DISPONIBLES

Mots en exergue

Condensed Ultrabold 118pt

Texte courant

Style Corporate
Regular 17pt

Bonjour Christèle,

Le Paris Saint-Germain reçoit Club Visiteur
ce **dimanche 24 septembre à 20h45** au **Parc des Princes**.

Si vous souhaitez assister à ce match, nous avons
une bonne nouvelle : les prix de revente sont en baisse sur Ticketplace !

N'hésitez plus et réservez dès maintenant vos places
pour vivre cette affiche.

Call to action

Style Impact
Wide Ultrabold 17pt

RÉSERVER

Mentions légales

Style Corporate
Narrow Regular 13pt

Vous recevez ce mail car vous faites partie de la base Paris Saint-Germain.
En savoir plus sur notre politique de confidentialité | Se désabonner

La combinaison des styles Corporate et Impact est adaptée aux contenus publics à **caractère informatif et/ou commerciale** à contenu dense et hiérarchie complexe.

Titre grand format
Style Impact
Condensed Ultrabold 126pt

Titre secondaire
Style Corporate
Wide Bold 26pt

Titre de l'information
Style Corporate
Wide Regular 14pt

Information
Style Corporate
Wide Bold 14pt

Mentions légales
Style Corporate
Narrow Regular 13pt



VOS INFOS MATCH

ACCÈS
429

RANG
24

PLACE
32

OUVERTURE
DES PORTES
H-1.30

PRÉSENTATION
DES JOUEURS
H-10MN

DÉBUT
DU MATCH
21H00

ACCÉDER À MA TRIBUNE

ACCÉDER À MA PLACE

En raison de l'affluence, il est conseillé d'arriver au moins
1h avant le début du match pour ne pas manquer le coup d'envoi.

Vous recevez ce mail car vous faites partie de la base Paris Saint-Germain.
En savoir plus sur notre politique de confidentialité | Se désabonner

Informations secondaires
Style Corporate
Wide Regular 14pt

Call to action
Style Impact
Wide Ultrabold 12pt

Texte courant
Style Corporate
Regular 17pt

La combinaison des styles Corporate et Impact est adaptée aux contenus publics à **caractère informatif et/ou commerciale** à contenu dense et hiérarchie complexe.

Titre nv.1
Style Impact
Wide Ultra-Bold 48pt

Titre nv.2
Style Impact
Wide Ultra-Bold 38pt

LOGO VS LOGO

LINE-UP

JOUEUR 99
JOUEUR 5 (C)
JOUEUR 37
JOUEUR 15
JOUEUR 4
JOUEUR 17
JOUEUR 33
JOUEUR 19
JOUEUR 29
JOUEUR 23
JOUEUR 7

SUBSTITUTES

JOUEUR, JOUEUR, JOUEUR, JOUEUR, JOUEUR,
JOUEUR, JOUEUR, JOUEUR, JOUEUR

Liste nv.1
Style Corporate
Narrow Regular 28pt

Liste nv.2
Style Corporate
Narrow Regular 15pt

STYLE

EXTRA

STYLE EXTRA

Palette typographique

La palette se compose de la variante Extra de la typographie Virage.

Elle est réservée au personnel **professionnels de l'image**, et répond à des **besoins graphiques spéciaux**.

Son usage exclusif marque fortement la présence du club dans la communication.

Attention

Toute création graphique employant ce style doit être soumise à la **validation du service créatif**.



Compact Regular



Condensed Regular



Narrow Regular



Regular



Wide Regular



Extended Regular



Compact Medium



Condensed Medium



Narrow Medium



Medium



Wide Medium



Extended Medium



Compact Semibold



Condensed Semibold



Narrow Semibold



Semibold



Wide Semibold



Extended Semibold



Compact Bold



Condensed Bold



Narrow Bold



Bold



Wide Bold



Extended Bold



Compact Ultrabold



Condensed Ultrabold



Narrow Ultrabold



Ultrabold



Wide Ultrabold



Extended Ultrabold

Le style Extra est le style de référence pour composer les **mots clés grand format**.

Un mot clé grand format peut être un **nom de programme**, un **exergue** dans un titre grand format ou un slogan. Il est défini selon le contexte d'utilisation, et doit être validé au préalable par le service créatif.

Il s'utilise **exclusivement** en lettres **capitales**.

**Mots clés
grand format**
Narrow Ultrabold Extra 160pt

MAKE IT
PARIS

5.3.2

STYLE EXTRA Exemple d'utilisation 2

Le style Extra est le style de référence pour composer les **mots clés grand format**.

Un mot clé grand format peut être un **nom de programme**, un **exergue** dans un titre grand format ou un slogan. Il est défini selon le contexte d'utilisation, et doit être validé au préalable par le service créatif.

Il s'utilise **exclusivement** en lettres **capitales**.

Mot clé grand format
Narrow Ultrabold Extra 370pt
Extra bicolore



PARIS

La combinaison des styles Impact et Extra permet d'**insérer des mots clés en exergue** à l'intérieur de titres ou slogans grand format.



Mots en reserve
Style Impact
Condensed Ultrabold 200pt

Mots en exergue
Style Extra
Condensed Ultrabold 200pt

La combinaison des styles Impact et Extra permet d'**insérer des mots clés en exergue** à l'intérieur de titres ou slogans grand format.

Mot en exergue
Style Extra
Ultrabold 168pt



Mots en réserve
Style Impact
Extended Semibold 90pt

La combinaison des styles Impact et Extra permet d'**insérer des mots clés en exergue** à l'intérieur de titres ou slogans grand format.

Mot en exergue n°1
Style Extra
Extended Medium 250pt

ICI
C'EST
PARIS

Mot en réserve
Style Impact
Wide Bold 110pt

Mot en exergue n°2
Style Impact
Condensed Bold 310pt

La combinaison des styles Impact et Extra permet d'**insérer des mots clés en exergue** à l'intérieur de titres ou slogans grand format.

Mots en exergue n°1
Style Extra bicolore
Bold 150pt

ICI
BAT LE CŒUR
DE
PARIS

Mots en exergue n°2
Style Impact
Extended Semibold 150pt

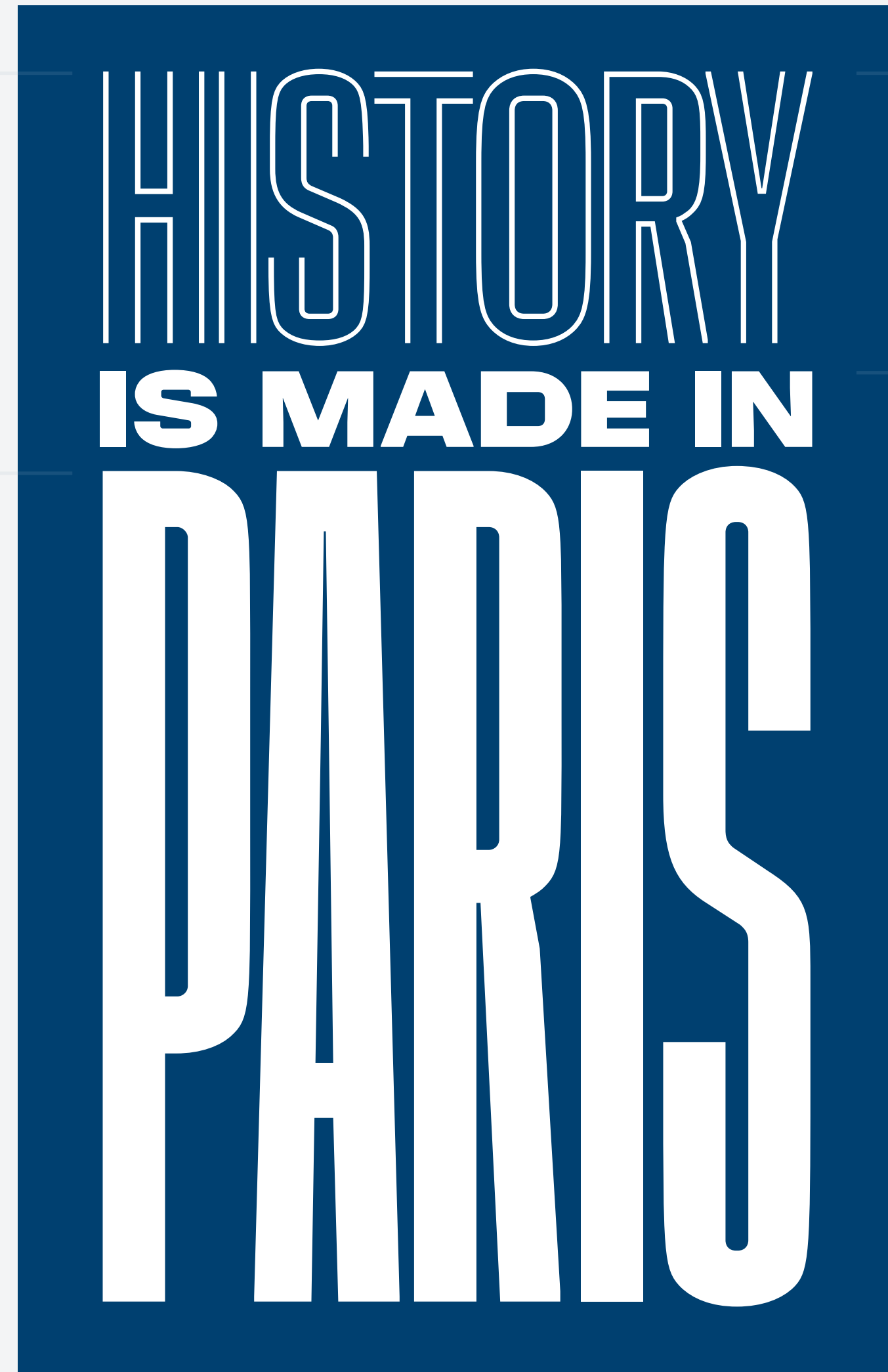
Mots en réserve
Style Impact
Condensed Bold 150pt

Mot en réserve
Style Impact
Extended Regular 95pt

La combinaison des styles Impact et Extra permet d'**insérer des mots clés en exergue** à l'intérieur de titres ou slogans grand format.

Slogan grand format
Multiples variantes

Mot en exergue
Compact Bold 593pt



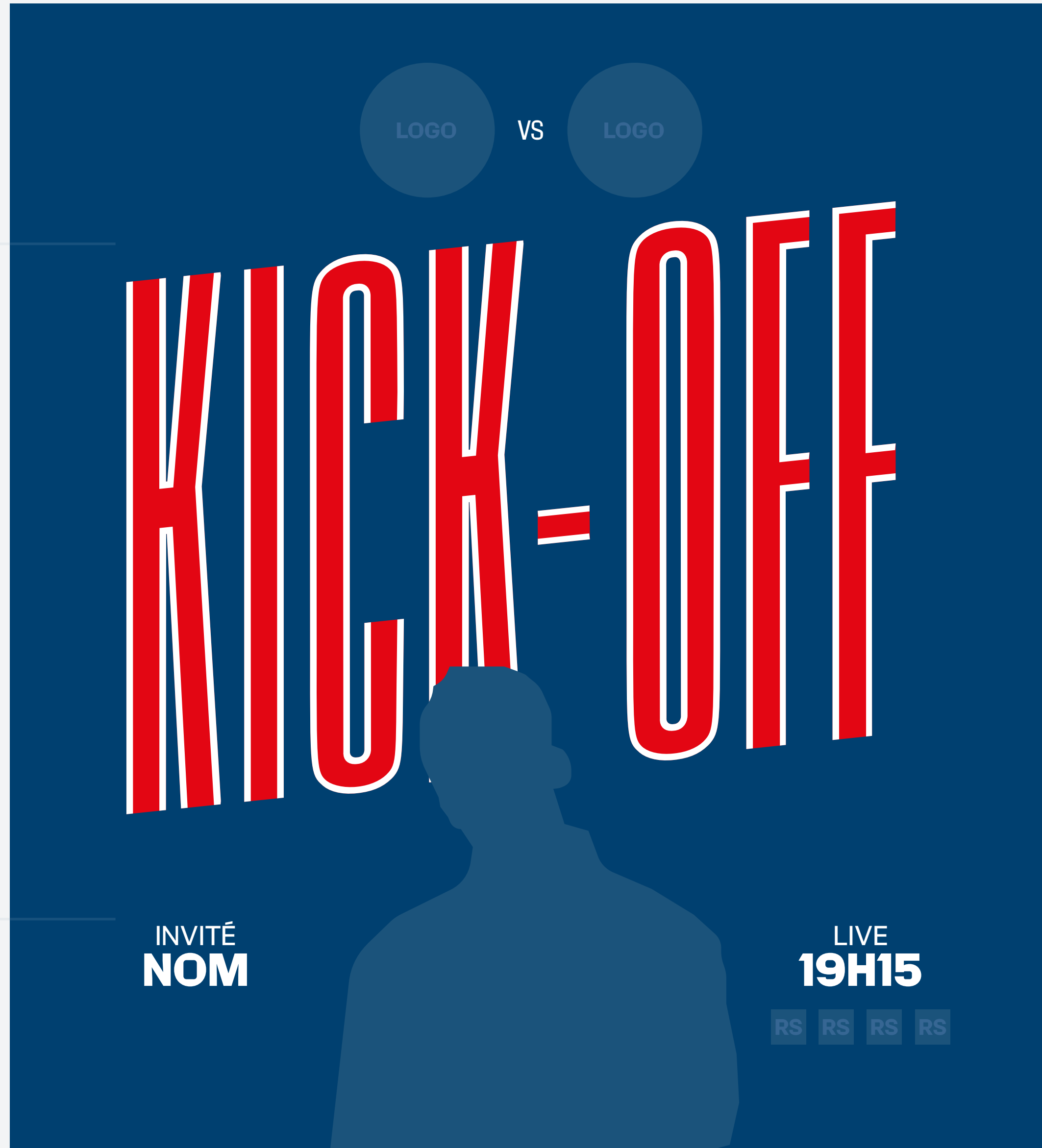
Mots en réserve
Style Extra
Condensed Ultrabold 193pt

Mots en réserve 2
Style Impact
Wide Ultrabold 54pt

La combinaison des styles Impact et Extra est adaptée aux **affiches sur réseaux sociaux**, à contenu dense et hiérarchie complexe.

Titre grand format / mots clés (programme TV)
Style Extra
Compact Bold Extra 500pt

Informations
Style Impact
Regular 18pt
Ultrabold 30pt



© Paris Saint-Germain
2025

