MAYOLY

Votre santé nous tient à cœur



Brand Book

2025

Sommaire

Mayoly, notre marque

Une marque au cœur de nos ambitions 4
Nos défis / Notre raison d'être 5
Notre signature 6
Notre ADN 7
Ce qui rend Mayoly unique 8
L'alchimie humaine de Mayoly 9
Mayoly en 1 minute 10
Mayoly en 10 minutes 11
Mayoly en détail 12
Vision et ambition développement durable 13

L'architecture de marque

Notre nouvelle architecture de marque 15
Règle : systématiser l'endossement des marques 16
Nos marques émettrices sont endossées 17
Endossement progressif 18
Logotypes Business Unit 19
Construction Logotype Business Unit 20

Les fondamentaux de notre identité

Bloc marque
- Présentation 22
- Do & don't de la signature 23
- Les versions 24
- La taille minimale 25
- La zone de protection 26
- Les couleurs 27
- Les règles sur fond 28
- Les interdits 29

L'univers graphique

Typographie 31
Palette colorielle 32
Notre symbole
- Du M au coeur 33
- Positionnements et cadrages 34
- Le M graphique 35
- Utilisation du M pattern 36

Notre culture et nos valeurs 37
Les pictos 38
Les photos
- Humains 39
- Produits 40
- Masques photos 41

Les applications

Affiches
- Engagement et ADN 43
- Multi-domaines 44
- RSE 45

Papèterie
- Carte de visite 46
- Papier en-tête 47

Digital
- Posts réseaux sociaux 48
- Présentation PPT 49



Mayoly, notre marque

Une marque au cœur de nos ambitions — 4

Nos défis / Notre raison d'être — 5

Notre signature — 6

Notre ADN — 7

Ce qui rend Mayoly unique — 8

L'alchimie humaine de Mayoly — 9

Mayoly en 1 minute — 10

Mayoly en 10 minutes — 11

Mayoly en détail — 12

Vision et ambition développement durable 13

Une marque au cœur de nos ambitions



Notre Groupe se transforme : il performe sur ses marques fortes et dans nos géographies clés, il accélère son orientation vers la santé grand public et relève les défis des évolutions sociétales et de la transition écologique.

Avec le succès de ces dernières années, **la marque MAYOLY a évolué, et continue à avoir un rôle majeur dans le futur.** C'est pourquoi nous partageons ses fondamentaux.

Elle exprime ce que nous sommes et ce que nous voulons être. **Elle porte l'état d'esprit,** qui nous anime, soucieux de **répondre aux défis actuels et futurs.**

Notre rôle est de continuer à construire **une marque reconnue et toujours plus forte,** source de fierté pour l'ensemble de nos collaborateurs.

Halinh TRAN BRECHOT
Directrice communication et RSE Groupe

Nos défis /
Notre raison d'être

Notre raison d'être

Améliorer le bien-être
et la santé de tous en offrant
un meilleur quotidien à chacun

Notre ambition

Devenir un leader de
la santé grand public



Notre signature

FR Mayoly, votre santé nous tient à cœur

EN Mayoly, taking your care to heart

C'est une conviction

La santé est une priorité absolue
qui nous concerne tous.

C'est un état d'esprit

Notre détermination, nous anime chaque jour
et nous incite à repousser les limites.
Chaque collaborateur peut exprimer son potentiel
et avoir de l'impact.

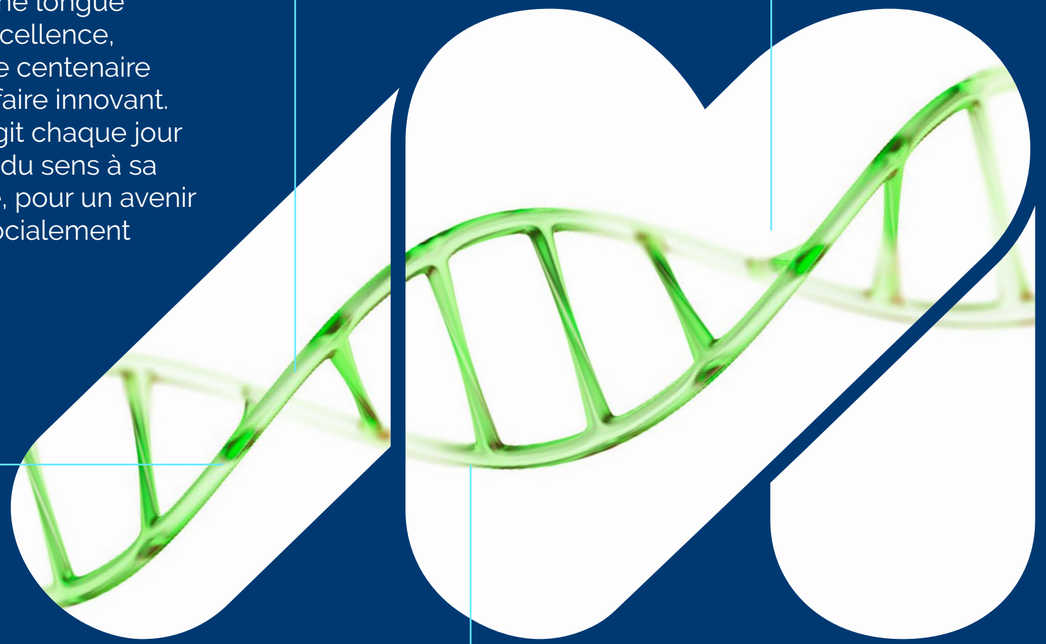
C'est une promesse relationnelle

Celle d'une réponse fondée sur l'écoute,
l'obsession pour la qualité qui donne
à tous les moyens d'agir

Notre ADN

INDUSTRIEL
Mayoly incarne l'esprit industriel français en combinant une longue tradition d'excellence, une expertise centenaire et un savoir-faire innovant. Le Groupe agit chaque jour pour donner du sens à sa performance, pour un avenir durable et socialement responsable.

PROXIMITÉ
De par ses racines familiales, Mayoly œuvre au plus proche des besoins de santé quotidiens des personnes, en cultivant des relations de confiance avec ses partenaires et en s'impliquant activement dans son écosystème local.



INDÉPENDANCE
L'indépendance des décisions, la liberté d'action et la réactivité sont les fondements de Mayoly, lui permettant de s'adapter continuellement aux évolutions de son environnement et de prendre des décisions éclairées.

CULTURE ENTREPRENEURIALE FAMILIALE
La culture entrepreneuriale de Mayoly se distingue par de fortes valeurs humaines telles que la responsabilité, l'intégrité, la collaboration et l'innovation. Nos collaborateurs sont animés par un esprit d'initiative orienté vers la croissance et la performance, plaçant l'humain au cœur de cette démarche.

Nous sommes un groupe pharmaceutique français dont le savoir-faire et l'excellence sont reconnus depuis plus de 100 ans.

Nous œuvrons pour conserver notre indépendance, nourrissant un état d'esprit responsable et toujours plus agile. Nous formons une entreprise familiale avec une forte culture entrepreneuriale, altruiste, proche de ses équipes à travers le monde, et engagée auprès des patients et des consommateurs, des professionnels de santé et de ses partenaires.

En tant qu'employeur responsable, nous sommes engagés individuellement et collectivement à donner du sens à notre performance, pour un avenir durable et socialement responsable.

Ce qui rend Mayoly unique

1

L'alliance de la santé et du bien-être

La santé et le bien-être sont vitaux et complémentaires :
Au-delà des bienfaits physiologiques, ils nous permettent de mieux vivre au quotidien, d'aborder chaque jour avec optimisme en développant la confiance et l'estime de soi, favorisant ainsi nos liens sociaux.

2

Un acteur industriel engagé

Notre modèle industriel performant et responsable nous permet de maitriser toute la chaine de valeur (de l'achat à la distribution des produits en assurant la majeure partie de nos productions), pour répondre au mieux et en confiance aux besoins de santé et bien-être des patients et des consommateurs.

3

Une croissance responsable et durable

Développer nos équipes, servir nos patients/consommateurs, favoriser le développement de nos territoires en réduisant notre impact environnemental sont nos priorités. Nous sommes déterminés à améliorer notre impact sur le monde.

4

La qualité et l'efficacité des produits

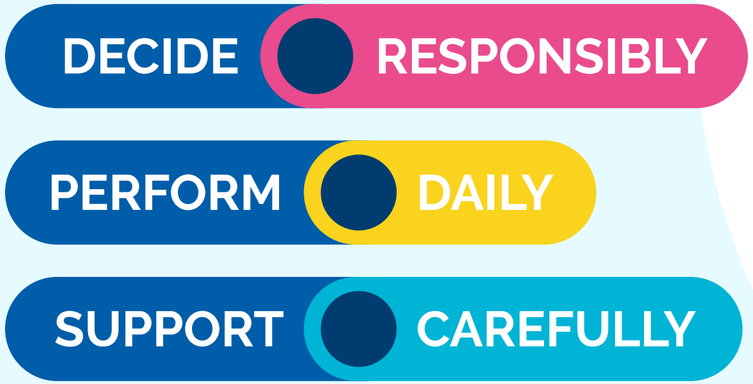
Notre groupe existe depuis plus de 100 ans.
À l'écoute des patients et des consommateurs, aux côtés de nos partenaires, nous nous renouvelons sans cesse pour proposer des produits dont l'efficacité et la qualité sont reconnus partout dans le monde.

Ces **4 piliers uniques** composent notre alchimie humaine

Notre alchimie humaine est unique.

Fruits de notre histoire et de notre évolution, nos valeurs et notre culture d'entreprise reflètent notre ambition commune de devenir un leader international de la santé Grand Public. Elles renforcent notre capacité à agir, stimulent notre créativité et cultivent un état d'esprit positif au quotidien. Ce socle est bien plus qu'un cadre de valeurs, c'est une source d'inspiration pour chaque collaborateur de MAYOLY.

3
engagements
au service de nos patients, clients et consommateurs



Une combinaison innovante de 15 verbes et adverbes, personnalisable et infinie
qui permet à chaque collaborateur, en accord avec notre culture d'entreprise, d'être créatif, de décider et d'agir dans l'intérêt de tous, de façon autonome et responsable.

ACT	HUMBLY
CARE	SIMPLY
LEAD	QUICKLY
BUILD	CONSTANTLY
TRUST	INCLUSIVELY
GROW	FAIRLY
TEST & LEARN	JOYFULLY
CONTRIBUTE	PROUDLY
SHARE	GENEROUSLY
CELEBRATE	STRONGLY
INSPIRE	BOLDLY
CHALLENGE	AGILELY
IMPACT	SMARTLY
RECOGNIZE	COLLECTIVELY
CREATE	ACTIVELY

Ce socle de valeurs nourrit notre culture d'entreprise.
Il guide nos actions au quotidien et nous aide à relever les défis de demain.

Mayoly en 1 minute

MAYOLY est un groupe pharmaceutique français, **acteur international de la santé grand public** qui a toujours su se réinventer avec succès et se transformer pour répondre aux évolutions de notre monde. C'est fort de cet esprit entrepreneurial et de notre culture familiale qu'aujourd'hui, MAYOLY a pour ambition de devenir un leader avec **une offre globale alliant la santé et le bien être.**

3 expertises historiques nous ont permis de nous développer au fil des années : **la gastroentérologie la dermo-cosmétique et notre excellence industrielle avec 6 usines, dont 5 en France.**

Chaque jour, dans plus de 100 pays, les 2200 collaborateurs de MAYOLY font progresser la prévention et les meilleurs solutions et services de **santé et le bien-être.**

Nous agissons avec les professionnels de santé, les autorités de santé, les institutionnels et les populations locales pour **soutenir et élargir l'accès à des solutions de santé et de bien-être, fiables et efficaces partout dans le monde.**

Depuis plus de 100 ans, nous nous efforçons de faire la différence pour tous.

Mayoly en 10 minutes

Qui nous sommes

MAYOLY
Votre santé nous tient à cœur

Notre raison d'être :
Améliorer la santé et le bien-être de tous pour offrir un meilleur quotidien à chacun

3 Expertises historiques

- Santé digestive
- Dermocosmétique
- Production en France

Ce que nous faisons

Une offre globale de solutions et services

Santé grand public

- Santé digestive
- Dermocosmétique
- Compléments alimentaires
- Performances mentales

smecta, Probiolog, forlax Macrogol 4000, tanakan, TOPICREM LA DERMATOLOGIE BIEN-ÊTRE, MeteoSpasmyl

Prescription

- Santé digestive
- Performances mentales

EZICLEN Bowel Prep Kit, fortrans Bowel Prep

Diagnostic

- Santé digestive

HELIKIT, kibion, Diabact, HeliCap™

Mayoly en détail

Notre raison d'être

Améliorer la santé et le bien-être pour tous et pour offrir un meilleur quotidien à chacun

Qui

- Groupe pharmaceutique français, indépendant et international
- 3 expertises historiques Santé digestive et Dermocosmétique et Production
- ETI*, de santé à taille humaine
- Culture et valeurs Esprit d'entrepreneurial, et culture familiale

Quoi

- Santé et bien-être pour tous
- Qualité, efficacité des produits et savoir faire centenaire
- Une offre globale de solutions et services
  - Santé grand public
  - Prescription
  - Diagnostic

Comment

- Souveraineté industrielle
- Equipes expertes, engagées et passionnées, toutes ambassadrices de l'entreprise
- Viser l'excellence - la simplicité Chercher le progrès en permanence
- Innovation
- Souveraineté sanitaire
- Investissements
- Dynamisme des territoires et emplois locaux
- Strategie RSE et feuille de route annuelle

*Entreprise de taille intermédiaire

Vision et ambition développement durable



Nous sommes près de 2200 femmes et hommes, présents dans plus de 100 pays à travers nos filiales ou nos produits. Quels que soient nos métiers et les régions dans lesquelles nous opérons, nous sommes engagés pour améliorer la santé et le bien-être de tous afin d'offrir un meilleur quotidien à chacun.

Notre VISION ET AMBITION en faveur du développement durable s'appuient sur 3 piliers :

- **Pilier social :** notre engagement vis à vis de nos collaborateurs
- **Pilier sociétal :** notre engagement vis à vis des partenaires de santé, patients et consommateurs
- **Pilier environnemental :** notre engagement vis à vis des écosystèmes pour un monde plus responsable et plus durable



L'architecture de nos marques :

Notre nouvelle architecture de marque — 15

Règle : systématiser l'endossement des marques — 16

Nos marques émettrices sont endossées — 17

Endossement progressif — 18

Logotypes Business Unit — 19

Construction Logotype Business Unit — 20

Notre nouvelle architecture de marque

Pour soutenir l'unité et renforcer
"One Mayoly", ce document a été conçu
pour vous accompagner dans la réalisation
de vos projets liés aux marques et aux offres.

Ces règles suivent un même objectif :
rationaliser le portefeuille de marques
du Groupe pour gagner en cohérence
et en lisibilité et concentrer l'investissement
humain et financier.

L'architecture de nos marques est la traduction concrète du positionnement et de l'ambition de MAYOLY aux yeux de ses parties prenantes.

Règle : systématiser l'endossement des marques

L'endossement est un **lien identitaire entre deux marques** d'un même groupe. Généralement, celui-ci se fait entre une marque mère (celle du groupe d'appartenance) et une marque fille (celle d'une filiale par exemple). Cela s'incarne au niveau de l'identité – couleur(s), typographie(s), symbole(s) – ou la reprise plus directe du logotype de la marque mère.

L'endossement doit donc être utilisé lorsqu'il est nécessaire de rattacher une marque fille à une marque mère pour :

- **faire bénéficier la marque fille de la puissance de la marque mère**
- **attribuer à la marque fille une expertise héritée de la marque mère ou inversement**
- renforcer la notoriété de la marque fille par la marque mère ou **capitaliser sur la présence de la marque fille sur un territoire donné pour faire connaître la marque mère.**

Sont considérées comme marques émettrices, les marques **qui communiquent de manière autonome dans leurs différentes prises de parole** (corporate et commerciales). Elles portent de manière indépendante leurs offres, disposent de leur propre espace digital, dans le respect des règles établies par le Groupe.

2 catégories de marques émettrices sont définies :
les marques émettrices majeures
les marques émettrices mineures

Nos marques émettrices sont endossées

MAYOLY
Votre santé nous tient à cœur

MAJEURES

Santé grand public

smecta
forlax Macrogol 4000
MeteoSpasmyl
tanakan
TOPICREM* LA DERMATOLOGIE BIEN-ÊTRE
Probiolog*

Prescription

fortrans
EZICLEN

* Exception

MINEURES

Diagnostic

kibion
Diabact
HeliCap™
HELIKIT

Endossement progressif

Linkedin : entités "filles" de MAYOLY

	PAYS	PRODUITS	BUSINESS UNITS
1 LOGO	MAYOLY	Logo "fille"	Logo "fille"
2 DESCRIPTION DU COMPTE "FILLE"	MAYOLY en/au "nom du pays" propose...	Nom de la "fille", filiale de MAYOLY spécialisée en...	
3 AFFILIATION DU COMPTE "FILLE"	Affiliation du compte "fille" (pays, produit ou business unit) au compte MAYOLY "mère"		

Site Web

1 écosysteme digital intégré : Mayoly.com

Event

Visibilité de MAYOLY sur tous les events (marques et pays)

Bâtiment

Visibilité du logo MAYOLY

Endossement progressif

Logotypes Business Units





Le modèle de logotype pour les marques "filles" de Mayoly reprend les codes graphiques du logo corporate. Le pictogramme, les couleurs et la typographie restent inchangés pour renforcer la cohérence visuelle et la notoriété du groupe.
Le nom Mayoly est traité en plus petit que le nom de la Business Unit. Cette hiérarchie visuelle souligne leur appartenance au groupe tout en mettant en avant et en donnant la priorité au nom de la marque 'fille'.

Endossement progressif

Construction logotype Business Unit





CONSTRUCTION DU LOGOTYPE

Le modèle de logotype des Business Units (BU) est conçu selon le schéma présenté ci-dessus. L'espacement entre le pictogramme et le nom est déterminé par la valeur *y*, correspondant à la largeur du fût du 'M'. Les dimensions et espacements des textes sont régis par la valeur *x*, calculée à partir de la moitié de la hauteur du pictogramme.

ZONE DE PROTECTION

La zone de protection est un espace dédié autour du logo qui garantit sa visibilité et son impact visuel. Elle équivaut à la hauteur d'une lettre du nom de la business unit.



Les fondamentaux de notre identité :

Bloc marque

Présentation 22
Do & don't de la signature 23
Les versions 24
La taille minimale 25
La zone de protection 26
Les couleurs 27
Les règles sur fond 28
Les interdits 29

Bloc marque

Présentation









Le bloc marque de Mayoly se compose de notre logo et de notre nouvelle signature.
Il existe dans une version horizontale qui doit être privilégiée, et dans une version condensée verticale.

Bloc marque

Do et Don't de la signature

DO

Associer la signature "Votre santé nous tient à coeur" avec la marque Mayoly et/ou le logo Mayoly.

Nous utilisons la signature sur les supports de communication institutionnelle suivants : communiqués et annonces presse corporate, site internet, posts réseaux sociaux Mayoly et signature de mail, PLV et affiches institutionnelles, présentations corporate, papeterie, goodies.

DON'T

La signature ne peut être utilisée seule sur les supports de communication.

La signature ne doit pas être utilisée sur les produits, les emballages ou les supports de communication et de promotion grand public des produits Mayoly, ni dans leur publicité télévisuelle.

Bloc marque

Les versions

Il existe 3 versions du logo Mayoly
en fonction du besoin.

La version horizontale avec signature
est à prévilégier.

À privilégier



1. Sans signature horizontale



2. Avec signature FR horizontale



3. Avec signature EN horizontale

Uniquement si manque de place



1 bis. Sans signature verticale



2 bis. Avec signature FR verticale



3 bis. Avec signature EN verticale

Bloc marque

La taille minimale

1. Logo horizontal avec signature (FR ou EN)



3,5cm



2cm

2. Logo vertical avec signature (FR ou EN)



2,5cm



1,25cm

La taille minimale du bloc marque de Mayoly, comprenant notre logo et notre signature.

Lorsque vous utilisez notre bloc marque sur différents supports, veillez à respecter les proportions et l'équilibre de l'ensemble. Il est essentiel de préserver la clarté du logo et de la signature, même lorsqu'ils sont réduits en taille.

Gardez à l'esprit que la taille minimale doit permettre une bonne reconnaissance du logo et de la signature, afin de maintenir la lisibilité de notre image de marque. Ainsi, si les contraintes d'impression exigent une reproduction du logo avec signature inférieure aux largeurs ci-dessus, il est recommandé d'utiliser la version du logotype sans signature.

Bloc marque

La zone de protection

1. Logo horizontal avec signature (FR ou EN)



2. Logo vertical avec signature (FR ou EN)



La zone de protection est un espace dédié autour du logo Mayoly qui garantit sa visibilité et son impact visuel. Elle équivaut à la hauteur de la lettre M.

Il est important de la respecter dans toutes les prises de parole Mayoly. Elle sert à éviter toute interférence visuelle et à assurer que le logo Mayoly se distingue clairement sur différents supports et arrière-plans. Elle garantit également que le logo reste lisible et identifiable, sans être obscurci ou confondu avec d'autres éléments graphiques.

Bloc marque

Les couleurs

312C

CMJN 75 0 15 0
RVB 0 179 212
#00B3D4

7462C

CMJN 100 60 0 0
RVB 0 92 168
#005CA8



Utilisez les couleurs officielles de Mayoly pour reproduire notre logo avec précision. Veillez à toujours respecter les valeurs ci-contre lors de l'utilisation de ce logo.

Bloc marque

Les règles sur fond

Sur fond blanc, privilégier le logo quadri, sauf pour les supports en noir et blanc.

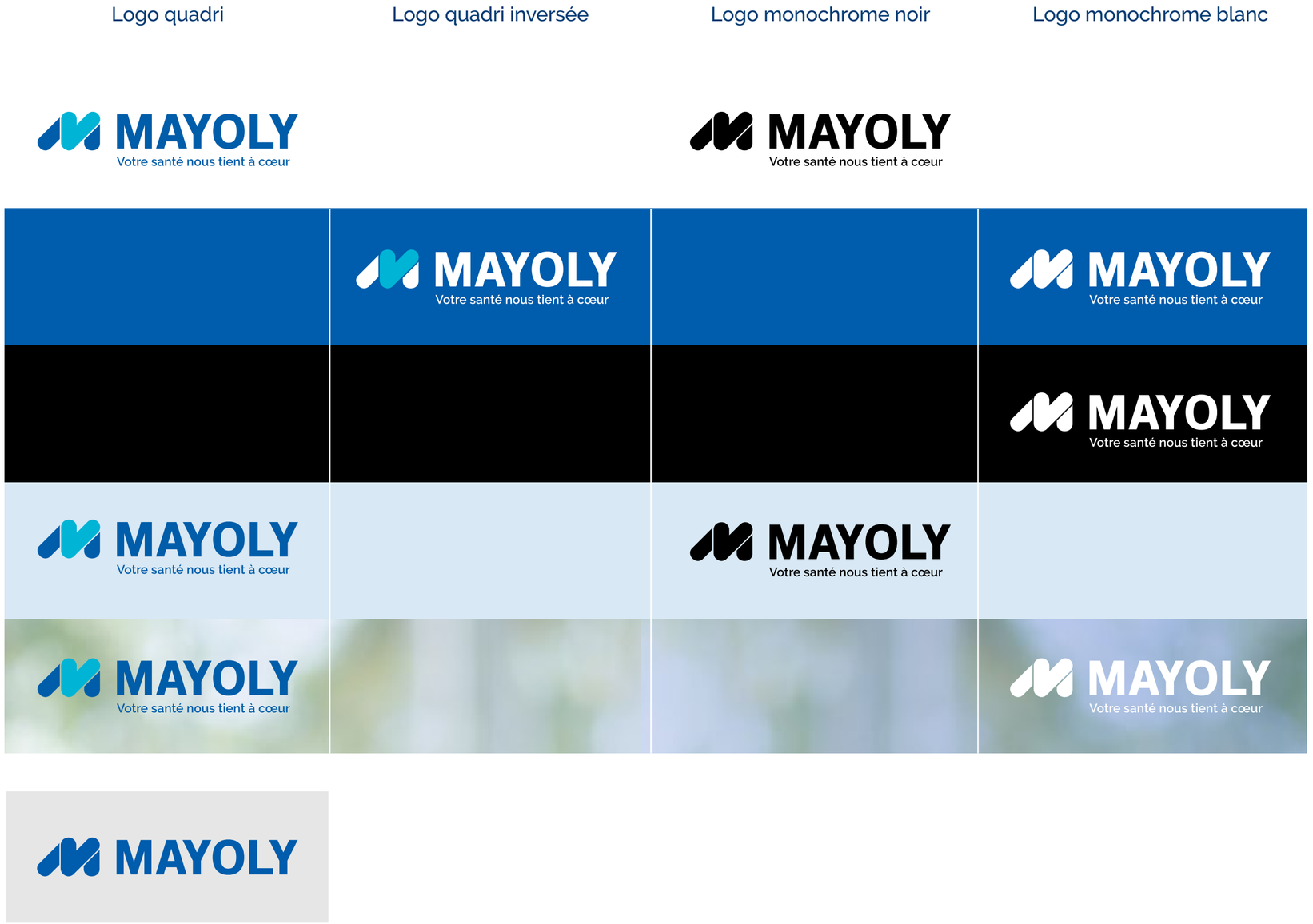
Sur fond bleu Mayoly, le logo quadrichromie inversé ou monochrome blanc peuvent être utilisés.

Sur fond noir ou d'une autre couleur foncée, le logo monochrome blanc doit être utilisé.

Sur fond de couleur claire, il faut privilégier le logo quadrichromie ou noir.

Sur fond photo ou vitrine, le logo quadri sera privilégié, sauf s'il est illisible. Dans ce cas il faudra utiliser le logo monochrome blanc.

Pour un marquage sur les packagings Mayoly, une version en monochrome bleu a été spécialement créée.



Bloc marque
Les interdits

Ne modifiez pas le logo, y compris sa couleur, sa forme, ses proportions ou sa typographie.

Ci-après une liste non exhaustive de cas de figure à ne pas répéter. Ces interdits s'adaptent à toutes les versions du logotype.

La signature "Votre santé nous tient à coeur" ne peut jamais s'utiliser seule, sans le logo ou le nom Mayoly.



Ne pas modifier
la typographie du logotype



Ne pas modifier
la typographie de la signature



Ne pas modifier
la couleur du logotype



Ne pas déformer
le logotype



Ne pas utiliser le logotype
sans son symbole



Ne pas modifier
la taille du symbole



Ne pas remplacer le M du logotype
par le symbole



Ne pas modifier
la taille de la signature



Ne pas modifier
l'orientation du symbole



Ne pas modifer le symbole



Ne pas mettre le logotype
à la perpendiculaire



Ne pas ajouter d'éléments
sur le logotype



L'univers graphique :

Typographie 31

Palette colorielle 32

Notre symbole

Du M au coeur 33

Positionnements et cadrages 34

Le M graphique 35

Utilisation du M pattern 36

Notre culture et nos valeurs 37

Les pictos 38

Les photos

Humains 39

Produits 40

Masques photos 41

Typographie
Présentation

Raleway

Thin
Extra-Light
Light
Regular
Medium
Semi-Bold
Bold
Extra-Bold
Heavy

La typographie joue un rôle clé dans la construction de notre identité visuelle. Elle permet de renforcer la reconnaissance de notre marque en créant une cohérence visuelle dans l'ensemble de nos supports de communication.

Palette colorielle

Présentation

Au même titre que le logotype, les couleurs constituent des caractéristiques fondamentales de l'identité visuelle de Mayoly et ne peuvent être modifiées.

Elles sont répertoriées par thématique. et sont utilisées également pour l'architecture des activités de Mayoly.

• Une gamme de bleus,
couleur identitaire et majoritaire pour toute la communication corporate de Mayoly.

• Une gamme de verts
pour la communication RSE.

• Une gamme de gris
pour la thématique production, qui peut être tramée pour apporter une variation de couleurs.

• Un jaune
pour la thématique people.

• Un rose
repris de la gamme Topicrem pour les sujets dermocosmétiques.

BLEU

Thématiques Business & Corporate
Performance, Mission, Valeurs, ADN

CMJN 100 60 0 45
RVB 0 60 112
#003C70

CMJN 100 60 0 0
RVB 0 92 168
#005CA8

CMJN 75 0 15 0
RVB 0 179 212
#00B3D4

CMJN 40 0 5 0
RVB 152 232 255
#98E8FF

VERT

Thématiques RSE

CMJN 65 0 64 0
RVB 131 214 141
#83D68D

CMJN 86 33 56 23
RVB 12 109 102
#0C6D66

JAUNE

Thématique people
Patients, consommateurs, professionnels de santé

CMJN 4 15 90 0
RVB 249 210 28
#F9D21C

GRIS

Thématiques production

CMJN 87 65 43 39
RVB 42 64 85
#2A4054

50% 30% 15%

ROSE

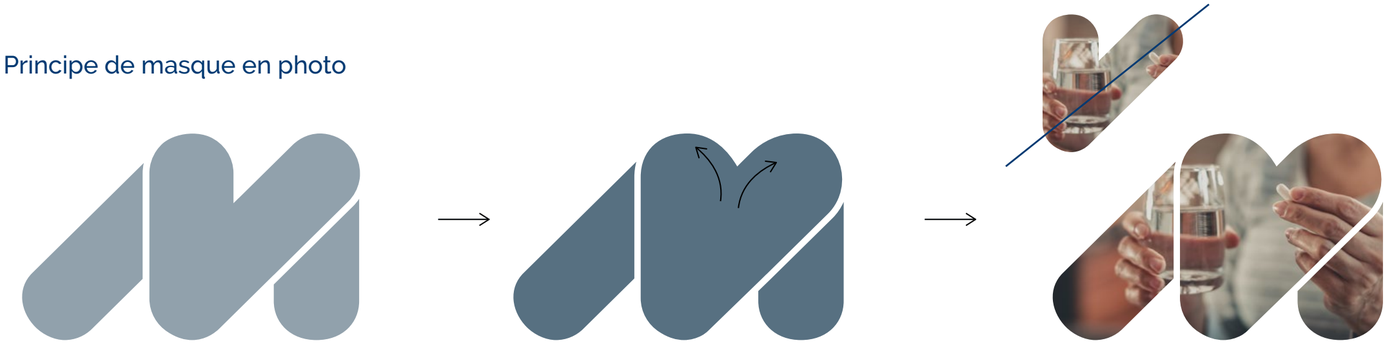
Thématiques dermocosmétiques

CMJN 0 82 8 0
RVB 226 69 142
#E2458E

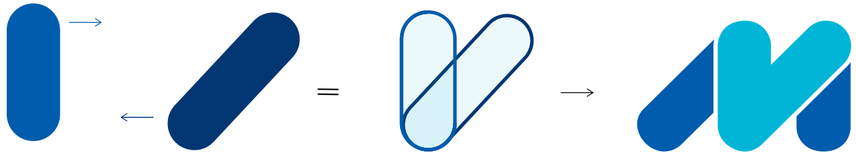
Notre symbole

Du M au cœur

Principe de masque en photo



La rencontre au coeur du M



Le symbole est le vecteur fort de l'identité Mayoly. On le retrouve sur tous les supports d'expression, à des degrès différents d'échelle et de représentation graphique.

Il représente un M à l'intérieur duquel est inscrite la symbolique du coeur. Ce cœur représente graphiquement la nouvelle image de marque : Mayoly, Votre santé nous tient à coeur.

Lorsque le symbole sert de masque à une photo, on utilisera une représentation du cœur plus marquée à l'intérieur du M, afin d'accentuer l'idée de "care", et de garantir une surface d'expression plus importante pour la photo.

Le M photo doit toujours être sur un fond uni de la gamme colorielle Mayoly *(cf. p.28)*

Exemples d'utilisation en photo



Notre symbole

Positionnements & cadrages

Les compositions de la marque sont constituées principalement du bloc marque et du symbole M dans lequel s'insère une photo.
Ci-joints les rapports de proportion les plus courants pour le bloc marque. Rapprochez vous au plus possible du rapport de proportion correspondant à votre problématique.







Le bloc marque est positionné soit en bas à droite soit en haut à gauche du support, en respectant au minimum la zone de protection ci-dessus.

Le cadrage du symbole M sur un support est libre selon les usages et les contraintes du format. Il est néanmoins important de respecter quelques règles pour permettre une parfaite reconnaissance du symbole.

1. On ne peut ni déformer, ni faire subir de rotation au symbole.

2. Chaque élément du symbole doit être en partie présent sur le support et non hors cadre.

3. Le haut du coeur ne peut être coupé.



1. **2.** **3.**

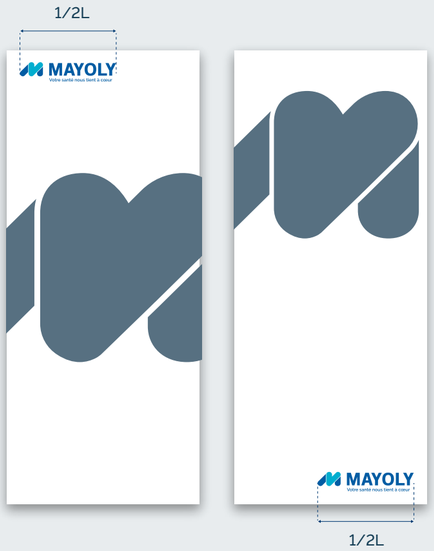
Format portrait



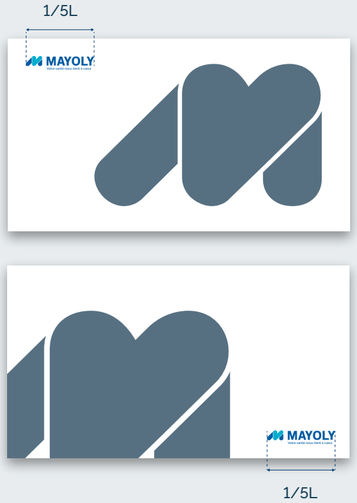
Format carré



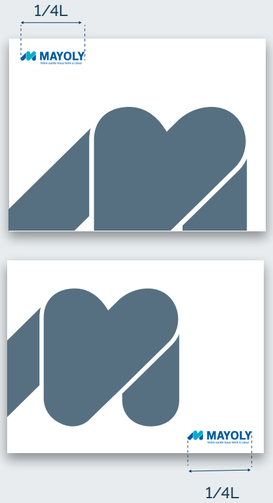
Format kakemono



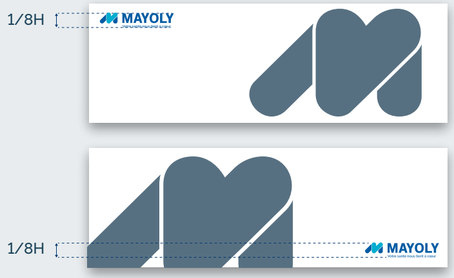
Format paysage 16/9



Format paysage



Format paysage long



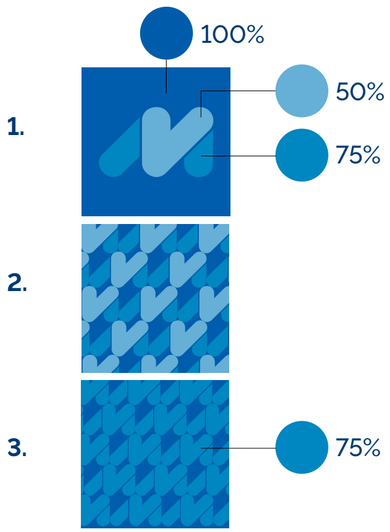
Notre symbole

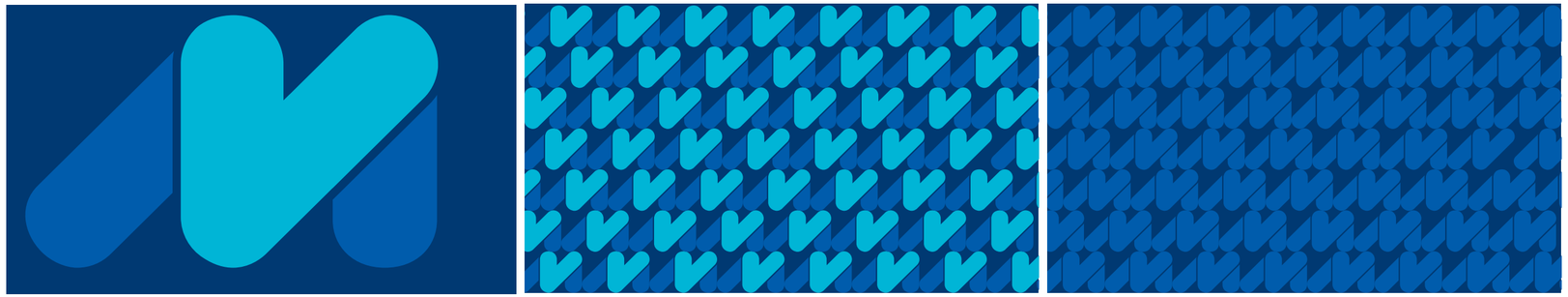
Le M graphique

Le symbole est un marqueur fort et peut aussi être utilisé graphiquement en édition ou bureautique (power-point, couverture, pages intercalaires, pages de chapitre,...), et goodies, seul sur fond de couleur ou sous forme de pattern.

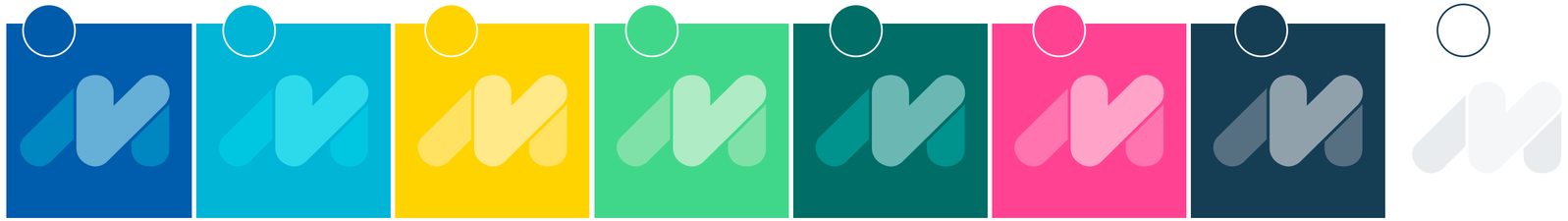
Il vous sera fourni toutes les représentations graphiques illustrées ci-jointes.

Exemple avec le bleu de marque :

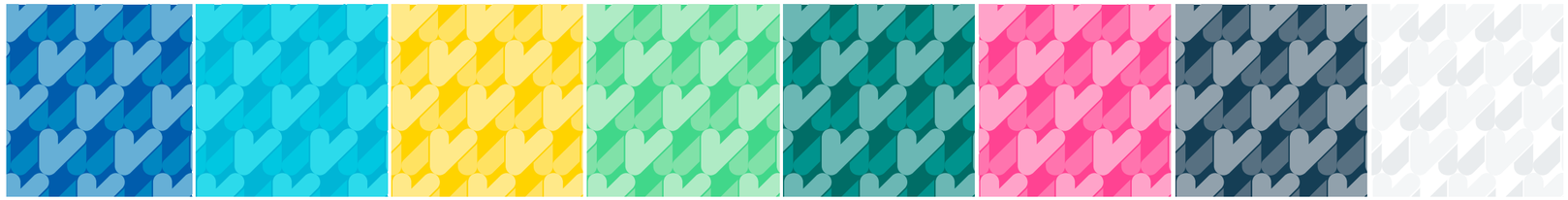




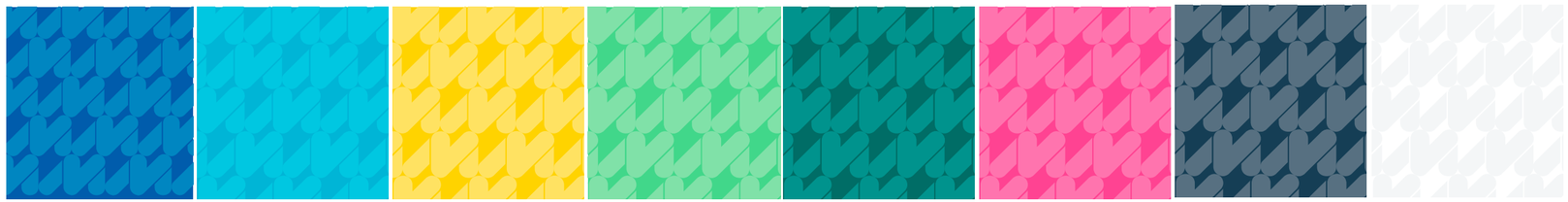
1. Motif corporate



2. M simple 3 tons sur fond couleur



3. Motif M 3 tons sur fond couleur



4. Motif simple sur fond couleur

Notre symbole

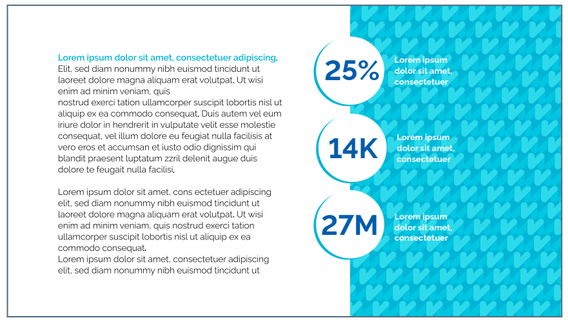
Utilisation du M graphique

Voici quelques principes d'utilisation du M graphique lorsqu'il est accompagné de textes ou de photographies.

Utilisez les motifs fournis, n'en créez pas vous-même. Le motif est présent sur les outils de communication de manière subtile, en filigrane. Il doit être utilisé avec parcimonie en complément d'une communication plus sobre, pour animer des documents ou créer des interfaces de respirations dans vos documents d'édition. Il est important qu'il ne crée pas de problème de lisibilité avec les informations qui seront placées dessus.

1. Exemples d'utilisation des motifs avec texte

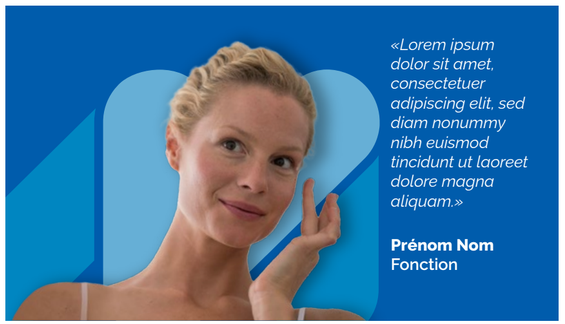






2. Exemples d'utilisation des motifs avec photo







3. Exemples à ne pas reproduire



Ne pas modifier
la couleur du motif



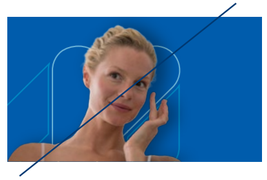
Ne pas modifier
l'échelle du motif



Ne jamais utiliser le motif
avec le masque photo



Attention à la lecture
du texte



Ne pas mettre le M
en contour



Ne pas superposer le motif
à une photo

Notre culture et nos valeurs

DECIDE RESPONSIBLY

PERFORM DAILY

SUPPORT CAREFULLY

Les valeurs de MAYOLY reposent sur un système graphique simple qui permet de connecter un verbe et un adverbe. La combinaison de ces éléments se fait à partir d'un cartouche au bord arrondi, rappelant le style graphique du logotype de Mayoly.

Le verbe est toujours présenté dans un cartouche bleu, tandis que l'adverbe est placé dans un cartouche coloré. Le choix de cette couleur se fait à partir de la palette chromatique de la charte graphique de MAYOLY.

ACT	HUMBLY
CARE	SIMPLY
LEAD	QUICKLY
BUILD	CONSTANTLY
TRUST	INCLUSIVELY
GROW	FAIRLY
TEST & LEARN	JOYFULLY
CONTRIBUTE	PROUDLY
SHARE	GENEROUSLY
CELEBRATE	STRONGLY
INSPIRE	BOLDLY
CHALLENGE	AGILELY
IMPACT	SMARTLY
RECOGNIZE	COLLECTIVELY
CREATE	ACTIVELY

Les pictogrammes

Bibliothèque

Les pictogrammes sont également représentatifs de la marque.

On en distingue 3 familles :

- Les pictos des 3 valeurs de Mayoly, représentés chacun en 2 couleurs (le bleu foncé du logo ainsi que du blanc) dans un cercle de couleur de la charte.

- Les pictos des 3 dimensions de Mayoly, représentés chacun dans les 2 couleurs du logo, dans un cercle blanc.

- Les pictos dits secondaires également dans les couleurs du logo.

D'autres représentations colorielles ne sont pas recommandées, sauf si les contraintes d'impression l'exigent. Dans ce cas on les utilisera dans leur forme monochrome.

les 3 valeurs



Responsabilité



Pragmatisme



Bienveillance

les 3 dimensions



Français



Indépendant



International



Médicaments



Dermocosmétique



Industriel



Diagnostic



Performance



Initiative



Mission



Business



Empreinte géographique



Santé et bien-être



RSE



Patients



Professionnels de santé



Collaborateurs

Les photos

Humains

(Patients, professionnels de santé, talents...)



Privilégier les collaborateurs de Mayoly qui illustrent notre ambition, notre raison d'être et notre singularité « alchimie humaine ». Les consommateurs et patients peuvent être des photos de banque d'images

Les photos

Produits



Les photos

Masques photos

Il existe plusieurs formes de cadrage des photos Mayoly.

Le masque le plus identitaire reste de cadrer la photo dans le M cœur (1). Ce cadrage doit être privilégié pour servir toute la communication corporate Mayoly (affiches, couvertures de brochures, visuels de réseaux sociaux...). Il est néanmoins important d'utiliser ce cadrage avec parcimonie, de préférence pour les visuels clés.

Les photos peuvent être également cadrées en pleine page dans un arrondi (2) repris du haut du coeur, pour les documents de bureautique (Word, PowerPoint, Excel,...) et dans certains cas pour l'édition (ex. journal interne).

Pour les mises en page plus basiques, avec beaucoup de photos par exemple, il est recommandé de cadrer les photos à l'intérieur de formes rectangulaires simples (3).

1. Cadrage M



M croppé bord droit



M centré

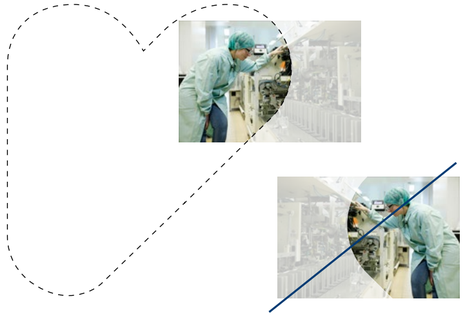


2. Cadrage arrondi



Cadrage bord droit





3. Cadrage droit



Cadrage simple corps de texte



Cadrage bord de page ou mosaïque





Les applications

Affiches

Engagement et ADN — 43

Multi-domaines — 44

RSE — 45

Papèterie

Carte de visite — 46

Papier en-tête — 47

Digital

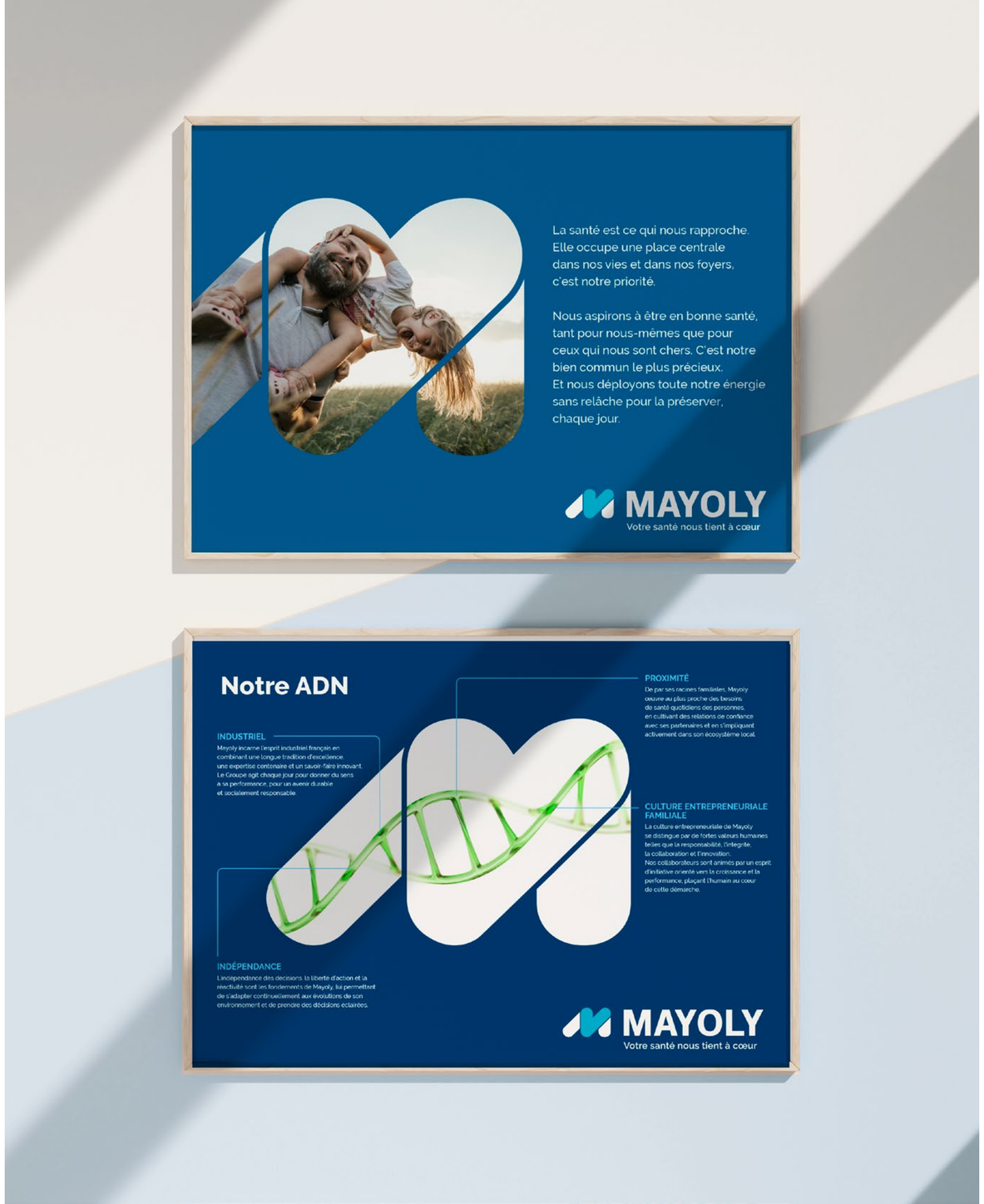
Posts réseaux sociaux — 48

Présentation PPT — 49

Affiches

Engagement et ADN

Les affiches corporate Mayoly doivent être directement rattachées à la marque en reprenant les codes identitaires principaux, à savoir le logo, les couleurs, la typographie Raleway et le symbole repris en masque photo.



Affiches

Multi-domaines

L'affiche multi-domaines est une affiche essentiellement visuelle, qui reprend les codes couleurs de la marque par domaines d'activité.



Affiches

RSE

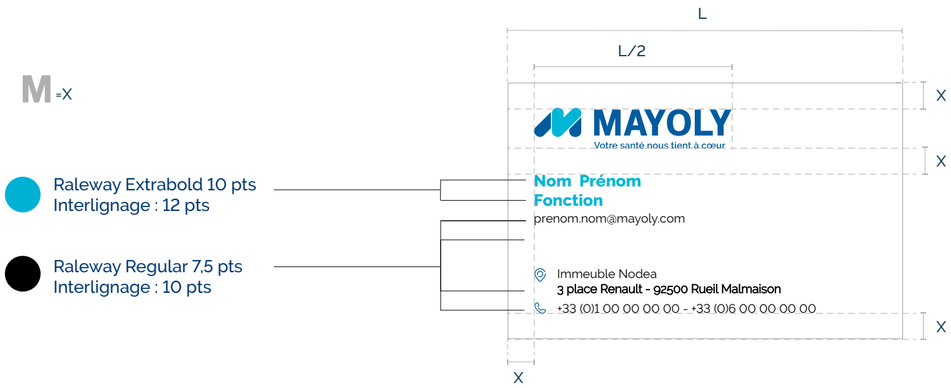
Les affiches RSE reprennent le code coloriel vert. Le logo est toujours en monochrome.



Papèterie

Carte de visite

1. Recto



2. Verso



CMJN 100 60 0 0
RVB 0 92 168
#005CA8

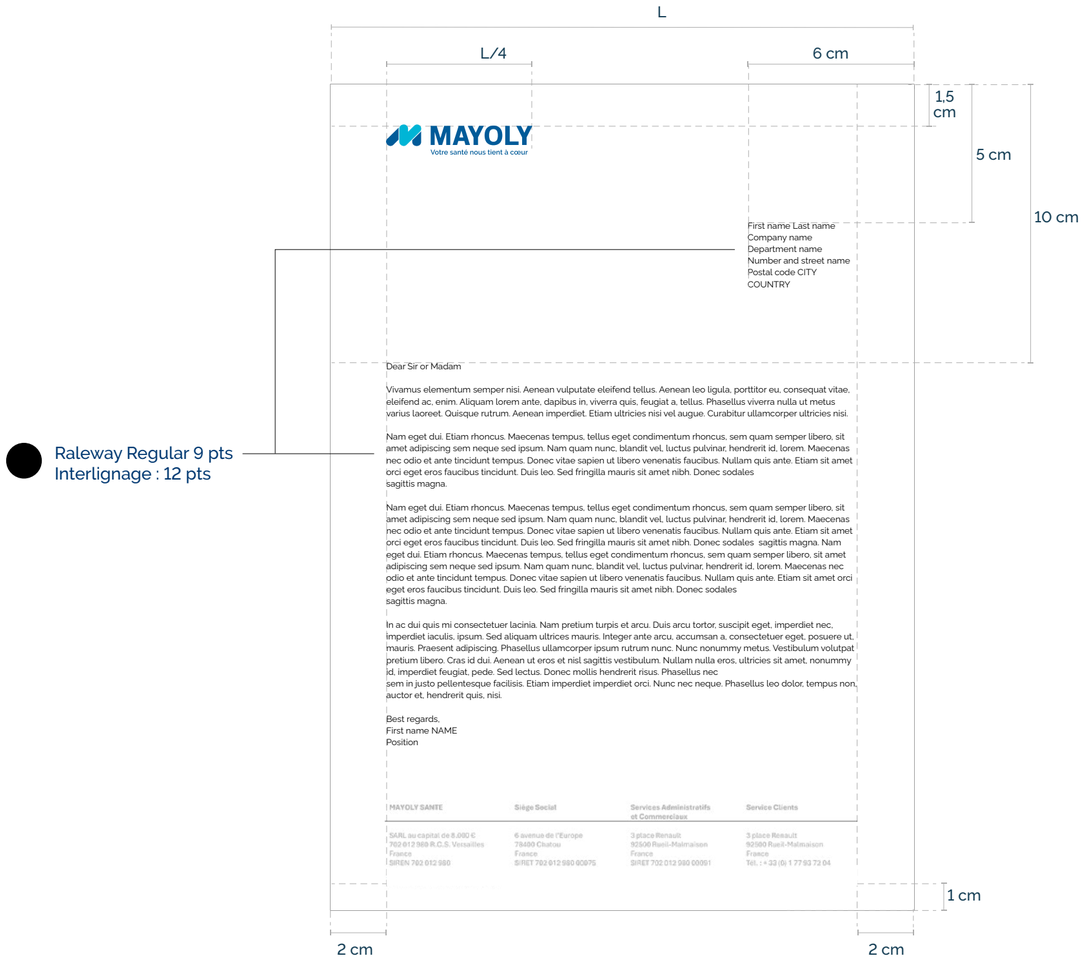
CMJN 75 0 15 0
RVB 0 179 212
#00B3D4

Dimensions : 8,5x5,5cm



Papèterie

Papier en-tête



Raleway Regular 9 pts
Interlignage : 12 pts

Dimensions : 21x29,7cm



Digital

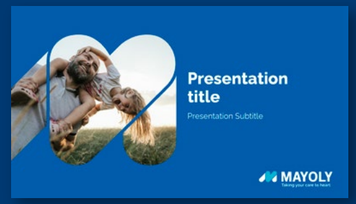
Posts réseaux sociaux





Post Linkedin

Digital
Power-Point









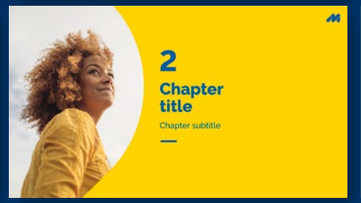




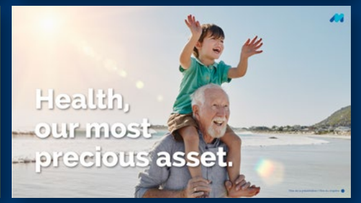




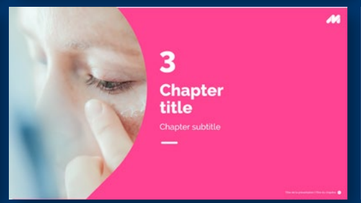


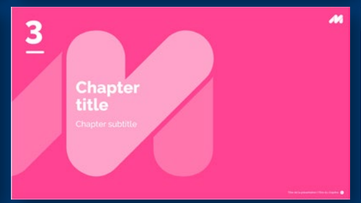




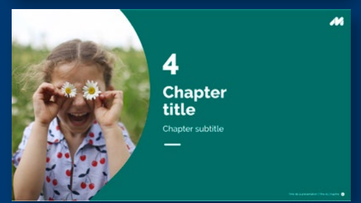












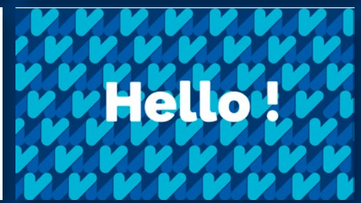






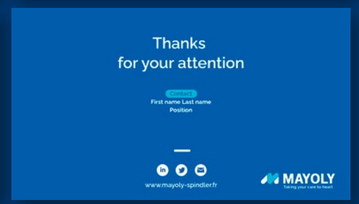












Les slides power-point reprennent les codes de la nouvelle charte. Plusieurs possiblités de mise en page s'offrent à vous selon l'usage. Les chapitres sont différenciés par couleurs en fonction des thématiques abordées. Des slides intersticielles sont ici proposées, utilisant les fonds paterns. La typographie utilisée est la Raleway.

MERCI !

MAYOLY

Votre santé nous tient à cœur

Pour toute question relative au contenu de ce brandbook,
merci de contacter la Direction Communication

mayoly.com