MAYOLY

Votre santé nous tient à cœur

Brand Book

Introduction

Nous avons le plaisir de vous faire découvrir ce Brand Book, qui illustre et raconte notre projet collectif et révèle qui nous sommes, ensemble.

C'est notre guide.
Il définit les fondements de notre marque institutionnelle.
A la fois guide visuel et narratif, il nous permet de communiquer de manière cohérente, claire et statutaire à travers le monde.

Il est le reflet de notre histoire commune et de notre vision future. Il incarne notre culture d'entreprise.

Il rassemble nos valeurs fondamentales, nos objectifs stratégiques, notre mission, notre promesse et notre engagement envers les patients et les consommateurs, les autorités et les professionnels de santé, nos clients, nos partenaires et nos prestataires.

Ce Brand Book permet d'unifier notre discours et nous aide à transmettre nos valeurs avec authenticité et conviction.

Bienvenue dans cette aventure où l'excellence, la confiance et le respect de nos engagements sont au cœur de notre ADN.

1+1=3 : Le One Mayoly

Au cœur de l'histoire de Mayoly, il y a une famille animée par une volonté forte : **faire progresser la santé au quotidien, avec un esprit entrepreneurial et industriel.**

Au coeur de ce projet, il y a tout d'abord, **les femmes et les hommes qui composent l'entreprise,** unis par la même passion et les mêmes valeurs ; ce sont toutes et tous des experts engagés dans les fonctions industrielles, scientifiques, médicales, technologiques et commerciales, au service d'une communauté de patients, de consommateurs, de professionnels de santé, d'autorités, de clients et de partenaires.

Des marques à la renommée internationale plébiscitées par les professionnels de santé, les patients et les consommateurs pour leur efficacité et leur innocuité, forment également le socle de ce projet.

Fort de ces 2 piliers, le Groupe Mayoly change de dimension et d'ambition : nous aspirons à devenir une référence de la santé Grand Public et d'intégrer le Top 20 des entreprises mondiales du Consumer Healthcare sur nos marchés, en évoluant vers plus de bien être et de proximité avec nos parties prenantes.

Cette ambition s'appuie sur ce qui nous rassemble, nos valeurs, un fort ancrage industriel français, des marques mondialement connues et le talent de nos équipes, mais aussi sur ce qui nous rend complémentaires, nos domaines d'activités, nos portefeuilles produits et notre présence internationale.

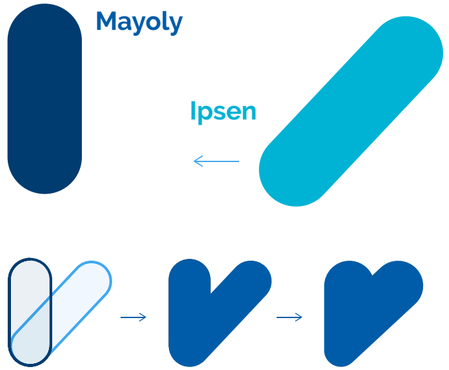
Cette nouvelle ambition pour le Groupe s'accompagne d'un nouveau territoire visuel avec des partis pris forts. L'entreprise opère une évolution de son nom en passant de Mayoly Spindler à **Mayoly**. Un changement qui s'accompagne d'un nouveau **territoire visuel**, avec un nouveau logo et une nouvelle signature.

Bonne découverte !

1+1=3 - Le One Mayoly

Ancien logotype

Nouveau territoire
issu de l'héritage Mayoly



Porteur de la
nouvelle vision

- L'alliance et l'harmonie de nos 2 sociétés; un point d'union.
- La générosité, le collectif, la proximité.

- Un symbole puissant : le siège des émotions mais aussi de l'intuition, qui a guidé Mayoly depuis son origine.

Riche de sens

Sommaire :

Attributs de marque

Qui sommes-nous? 8
Notre ADN 9
Notre mission 10
Nos valeurs 11
Notre engagement 12
Notre signature 14

Les fondamentaux de notre identité

Bloc marque

Présentation 16
Do & don't de la signature 17
Les versions 18
La taille minimale 19
La zone de protection 20
Les couleurs 21
Les règles sur fond 22
Les interdits 23

Domaines d'activité

Présentation 24
Règles de création 25

L'univers graphique

Typographie 27
Palette colorielle 28
Notre symbole
Du M au coeur 29
Positionnements et cadrages 30
Le M graphique 31
Utilisation du M pattern 32
Les pictos 33
Les photos
Humains 34
Produits 35
Masques photos 36

Les applications

Affiches
Engagement et ADN 38
Multi-domaines 39
RSE 40
Papèterie
Carte de visite 41
Papier en-tête 42
Digital
Posts réseaux sociaux 43
Présentation PPT 44

Attributs de marque

Qui sommes nous ? 8

Notre ADN 9

Notre mission 10

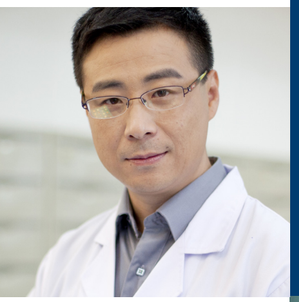
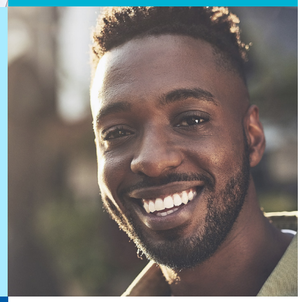
Nos valeurs 11

Notre engagement 12

Notre signature 14

I'M MAYOLY

Qui sommes-nous ?

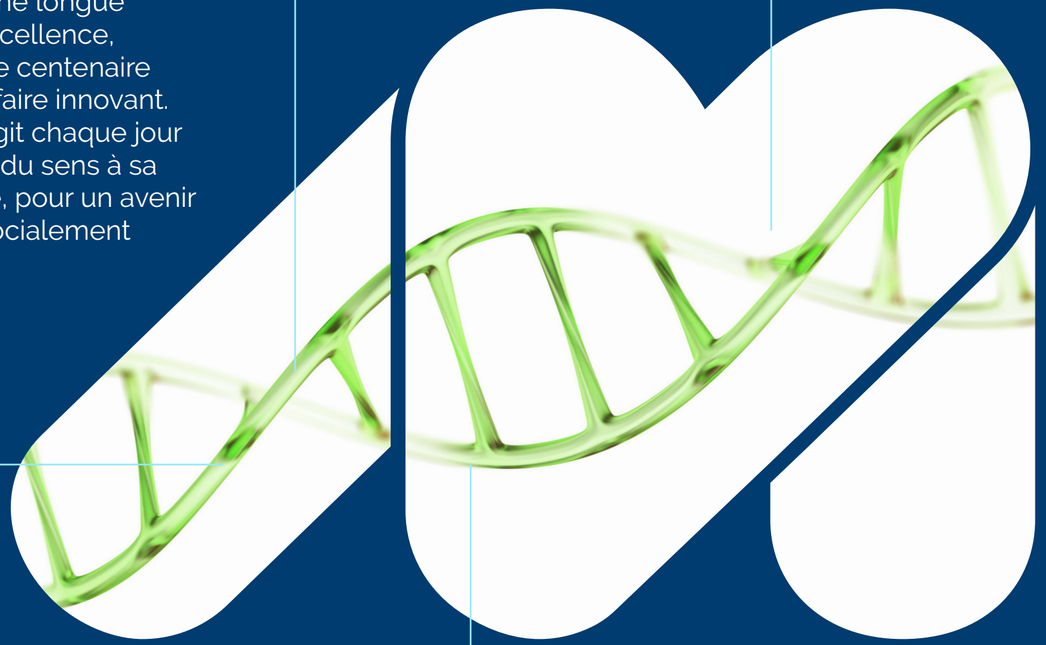



Une équipe de passionnés, experts et engagés pour la santé du quotidien.

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 laboratoire pharmaceutique françaisdont 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.

Notre mission

Nous sommes un laboratoire du quotidien spécialisé en gastroentérologie et en dermocosmétique, fier de proposer des solutions de santé et de bien bien-être efficaces, fiables et accessibles au plus grand nombre.

Nous apportons des bénéfices concrets chaque jour aux patients et aux consommateurs.

Nos valeurs

Les valeurs d'une entreprise sont les principes fondamentaux et les normes qui guident son comportement et orientent ses décisions. Elles servent de référence pour définir la culture et l'identité de l'entreprise.

Mayoly est une entreprise qui prend les choses à cœur, c'est le "Care".
Une notion bien résumée à travers ce mot anglais qui veut dire "prendre soin".
Nous prenons soin des patients, des consommateurs, de nos partenaires et de nos équipes à travers le monde. Nos valeurs s'appuient sur notre héritage dont nous conservons la responsabilité, le pragmatisme et la bienveillance. Auxquelles nous ajoutons 2 nouvelles notions profondément humaines et cardinales au fonctionnement de nos équipes : le sens du collectif et la confiance.

Responsabilité

Notre démarche est fondée sur une approche éthique, envers toutes les parties prenantes de notre environnement.

Preuves :

Transparence
Durabilité
Responsabilité Sociale & Environnementale

Pragmatisme

Notre approche est pratique et réaliste tant dans la prise de décisions que dans la réalisation de nos objectifs.

Preuves :

Rapidité d'action
Indicateurs de performance
Agilité dans les process
Innovation

Bienveillance

Notre attitude est empathique et attentionnée. Nous soutenons et valorisons les talents. Nous disons les choses, de façon transparente mais bienveillante.

Preuves :

Respect & considération
Développement des compétences
Satisfaction clients
Proximité, Transparence

Ces **3 valeurs** doivent être portées par **un sens du collectif** fort et **la confiance** comme trait d'union entre nos collaborateurs et nos parties-prenantes.

Notre engagement

Notre volonté : fédérer nos talents autour de valeurs, savoir-faire, marques et ambition communs, socles d'une culture d'entreprise unique nous permettant d'ouvrir un nouveau chapitre à l'histoire Mayoly.

Ensemble,
Nous formons une entreprise familiale, française et indépendante au rayonnement international regroupant 2 200 passionnés, experts et engagés pour la santé du quotidien.

Ensemble,
Nous unissons nos expertises scientifiques, médicales et technologiques, mais aussi notre excellence commerciale et nos savoir-faire industriels de pointe.

Ensemble,
Nous commercialisons des marques au rayonnement international et reconnues par les professionnels de santé, les patients et les consommateurs.

Ensemble,
Nous évoluons vers une diversification plus grande de nos activités. vers plus de bien-être, vers plus de proximité avec les patients et les consommateurs.

Notre mission est d'apporter des bénéfices concrets chaque jour aux patients et aux consommateurs.

Nous sommes un laboratoire du quotidien, fier de proposer des solutions de santé et de bien-être efficaces, fiables et accessibles au plus grand nombre. **C'est notre raison d'être.**

Ensemble, chaque jour,
Nous cultivons et exportons notre savoir-faire « à la française ».

Nous mettons notre expertise médicale, scientifique, industrielle et commerciale au service du développement de solutions de santé du quotidien.

Nous transmettons notre culture, nos valeurs et notre exigence à travers nos équipes, nos produits, dans les services que nous offrons, tout en agissant de manière éthique.

Nous œuvrons pour conserver notre indépendance, nourrissant un état d'esprit combatif, libre, responsable et toujours plus agile.

Nous formons une entreprise altruiste 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 demain ?

Ensemble, nous ambitionnons de devenir une référence mondiale de la santé Grand Public, et d'intégrer le Top 20 des entreprises mondiales du Consumer Healthcare sur nos marchés dans la prochaine décennie.

Notre démarche s'appuie sur **5 piliers :**
- Des marques fortes, dans des domaines thérapeutiques du quotidien.
- Un rayonnement international.
- Une excellence commerciale et industrielle.
- La créativité et l'agilité.
- Le talent des femmes et des hommes qui composent cet ensemble.

Au cœur de la santé quotidienne,
nous prenons soin de tous.

MAYOLY
Votre santé nous tient à cœur

Notre engagement

La santé est ce qui nous rapproche.
Elle occupe une place centrale
dans nos vies et dans nos foyers,
c'est notre priorité.

Nous aspirons à être en bonne santé,
tant pour nous-mêmes que pour
ceux qui nous sont chers. C'est notre
bien commun le plus précieux.
Et nous déployons toute notre énergie
sans relâche pour la préserver,
chaque jour.

MAYOLY
Votre santé nous tient à cœur

Notre signature

FR Mayoly, votre santé nous tient à cœur

EN Mayoly, taking your care to heart

Les fondamentaux de notre identité :

Bloc marque

Présentation 16
Do & don't de la signature 17
Les versions 18
La taille minimale 19
La zone de protection 20
Les couleurs 21
Les règles sur fond 22
Les interdits 23

Domaines d'activité

Présentation 24
Règles de création 25

Bloc marque

Présentation

MAYOLY
Votre santé nous tient à cœur

MAYOLY
Votre santé nous tient à cœur

MAYOLY
Votre santé nous tient à cœur

MAYOLY
Votre santé nous tient à cœur

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.

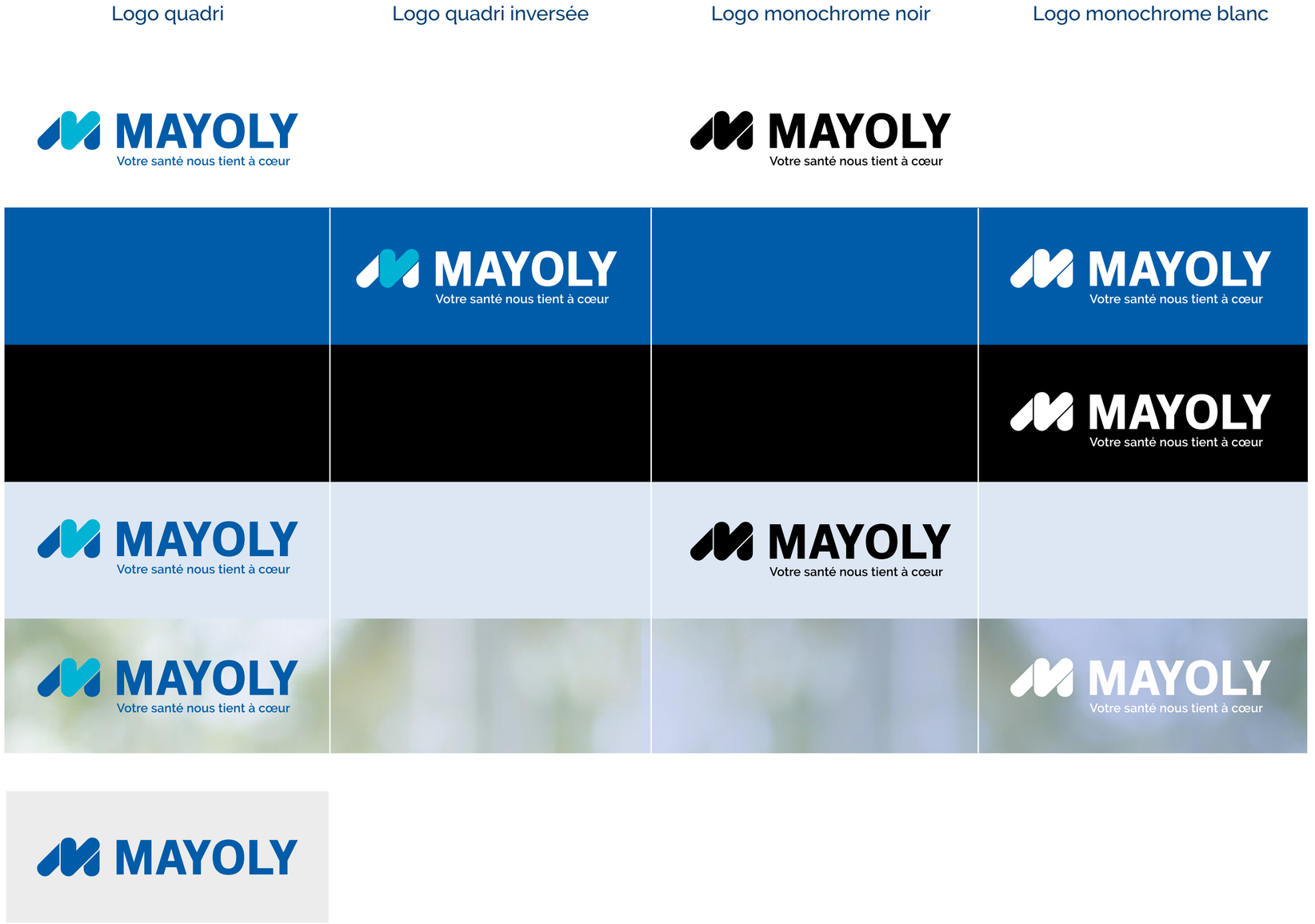
Sur fond bleu Mayoly, le logo quadrichromie inversé ou monochrome blanc peuvent être utilisés.

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 si 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

Domaines d'activité

Présentation

MAYOLY
Votre santé nous tient à cœur

- MAYOLY PHARMA — Médicaments de prescription
- MAYOLY CONSUMER HEALTHCARE — Compléments alimentaires, médicaments et dispositifs médicaux sans prescription
- MAYOLY DIAGNOSTIC — Solutions innovantes de diagnostic par tests respiratoires
- MAYOLY DERMOCOSMÉTIQUES — Soins dermatologiques
- MAYOLY PRODUCTION — Production de médicaments, de dispositifs médicaux, de compléments alimentaires et de produits dermocosmétiques

L'architecture des domaines d'activité de Mayoly joue un rôle essentiel dans l 'identification et la compréhension de notre offre.

Elle est en parfaite cohérence avec le bloc marque Mayoly, et structurée pour permettre d'y associer de futures marques.

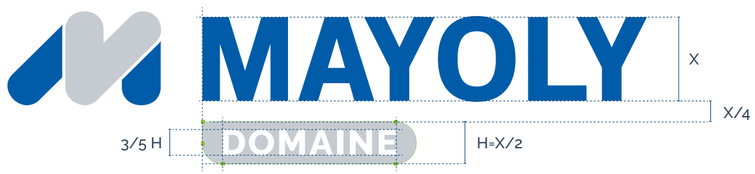
Les couleurs sont issues de la palette colorielle Mayoly *(cf. p.28)*

Domaines d'activité

Règles de création

M =X

La longueur du nom du domaine pouvant varier d'un logo à l'autre, les arrondis du cartouche doivent être calés comme suit.



1

Alignement avec la stratégie de marque :

La création d'un domaine / d'une sous-marque doit être cohérente avec la stratégie globale de Mayoly. Elle doit être en accord avec les valeurs, l'identité et la vision de l'entreprise.

2

Distinction claire :

Le domaine / la sous-marque doit être distinct et identifiable, avec ses propres caractéristiques et positionnement sur le marché. Il / elle ne doit pas créer de confusion avec les autres domaines / sous-marques existants de Mayoly.

3

Consistance visuelle :

Le domaine / la sous-marque doit respecter les directives de l'identité visuelle de Mayoly, en utilisant des éléments graphiques, des couleurs et une typographie en harmonie avec la marque mère. Cela contribue à maintenir une cohérence et une reconnaissance visuelle.

4

Pertinence du nom :

Le choix du nom du domaine / de la sous-marque doit être réfléchi et pertinent, en tenant compte de son positionnement et de sa cible. Il doit être distinctif tout en étant en cohérence avec l'univers de Mayoly.

5

Autorisation préalable :

Avant de créer un domaine / une sous-marque, il est important d'obtenir une autorisation préalable de la part des responsables de la marque Mayoly. Cela garantit que le domaine / la sous-marque est en accord avec la stratégie globale et les objectifs de l'entreprise.

6

Suivi et gestion :

Une fois le domaine / la sous-marque créée, elle doit être suivie et gérée de manière appropriée. Cela inclut la surveillance de son positionnement, son évolution et son impact sur la perception de la marque Mayoly.

Ci-après des exemples de mauvaise pratiques dans la construction d'un logotype fille :

L’univers graphique :

Typographie 27

Palette colorielle 28

Notre symbole

Du M au coeur 29

Positionnements et cadrages 30

Le M graphique 31

Utilisation du M pattern 32

Les pictos 33

Les photos

Humains 34

Produits 35

Masques photos 36

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

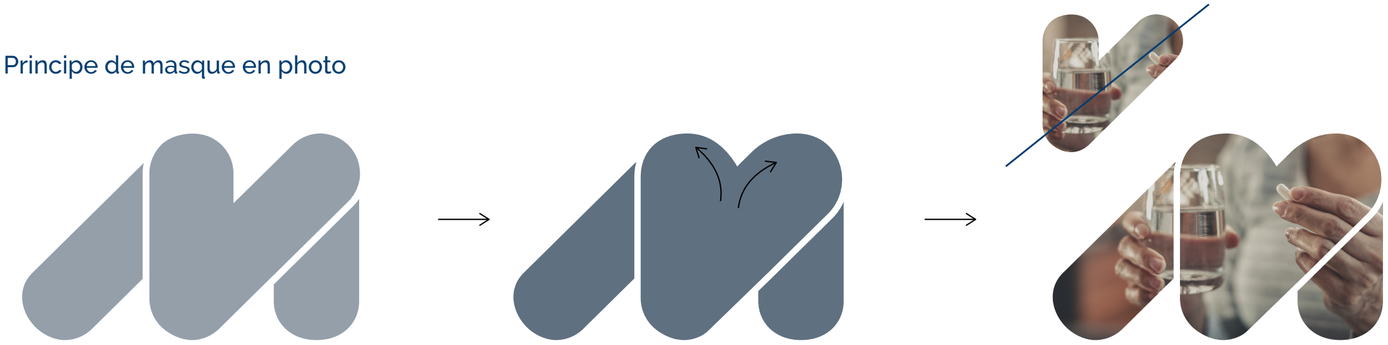
Thématiques dermocosmétiques

CMJN 0 82 8 0
RVB 226 69 142
#E2458E

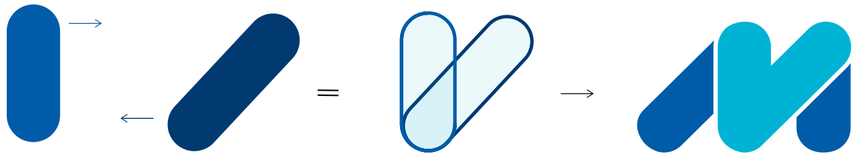
Notre symbole

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 est la rencontre de Mayoly et Ipsen Consumer HealthCare, et 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.

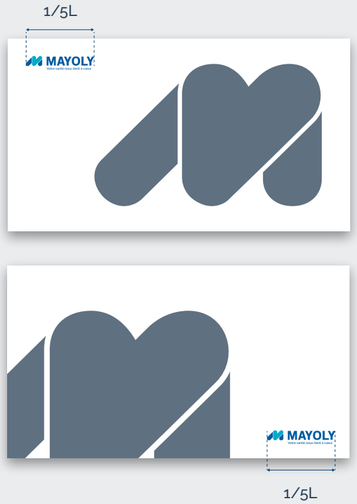
1. **2.** **3.**

Format portrait

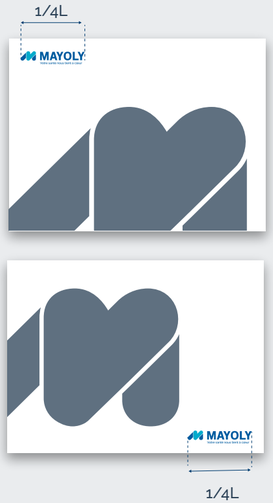
Format carré

Format kakemono

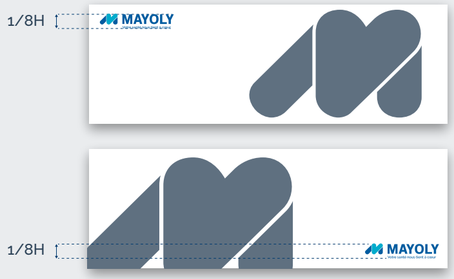
Format paysage 16/9



Format paysage



Format paysage long



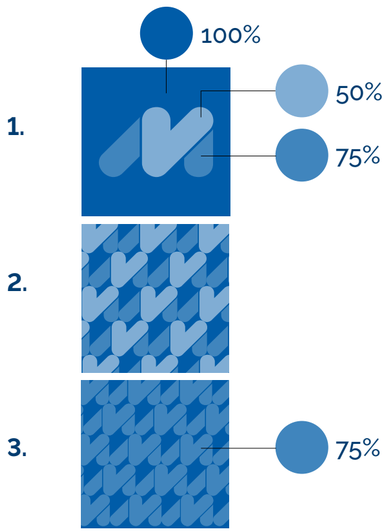
Notre symbole

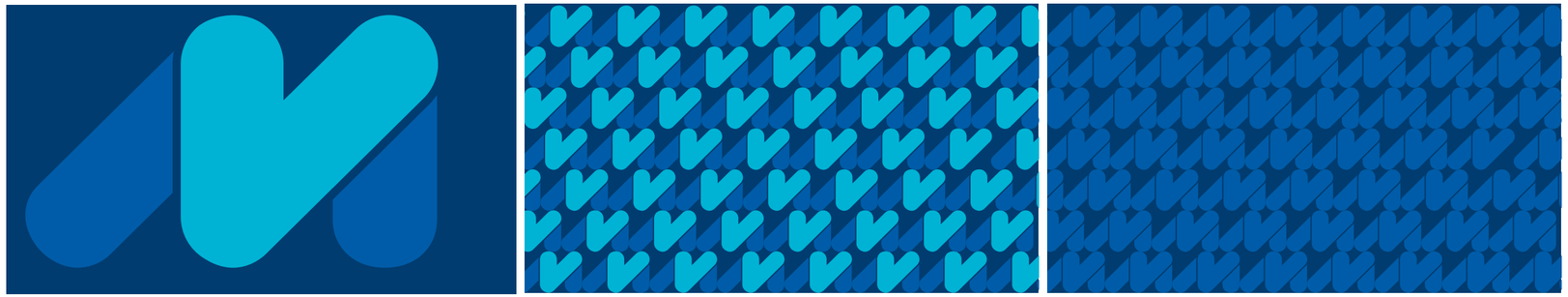
Le M graphique

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.

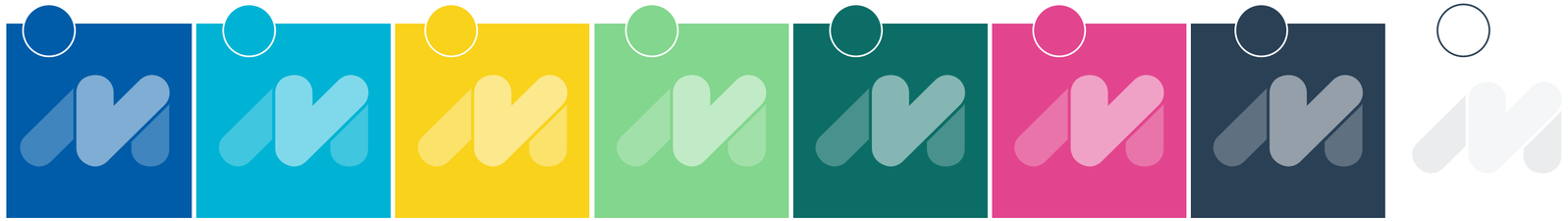
Il vous sera fourni toutes les représentations graphiques illustrées ci-jointes.

Exemple avec le bleu de marque :

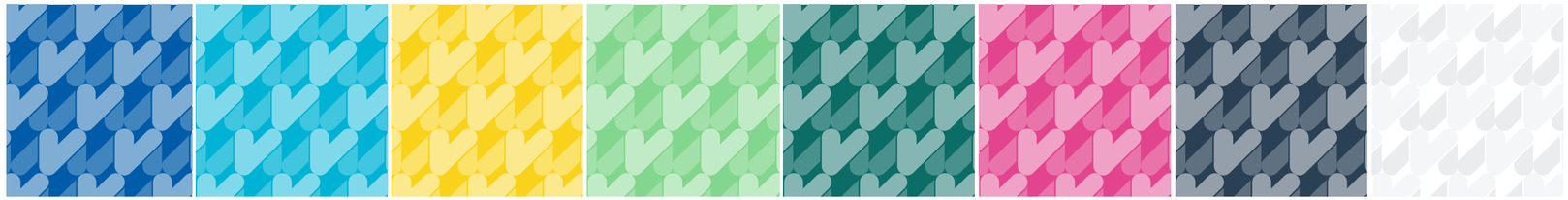




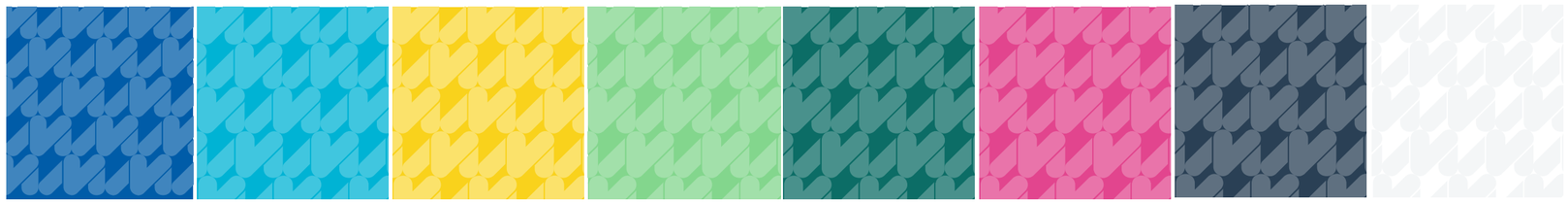
1. Motif corporate



2. M simple 3 tons sur fond couleur



3. Motif M 3 tons sur fond couleur



4. Motif simple sur fond couleur

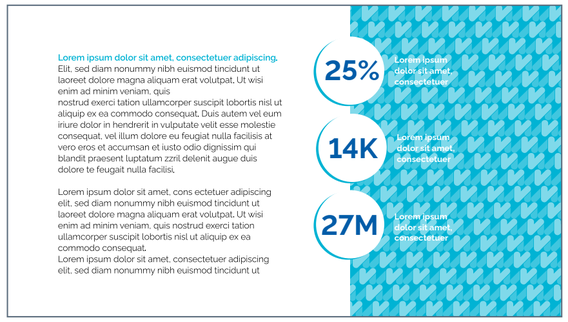
Notre symbole

Utilisation du M graphique

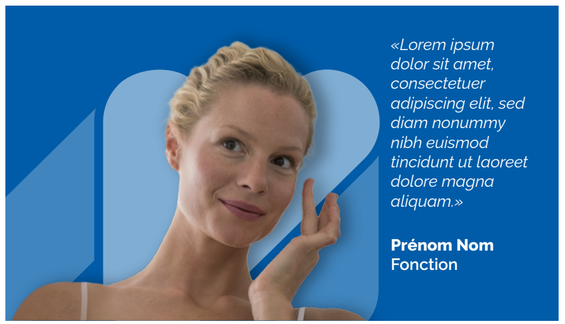
Voici quelques principes d'utilisation du M graphique lorsqu'il est accompagné de textes ou de photographies.

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.

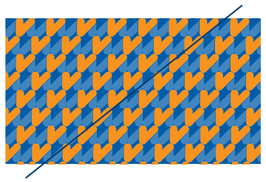
1. Exemples d'utilisation des motifs avec texte



2. Exemples d'utilisation des motifs avec photo



3. Exemples à ne pas reproduire

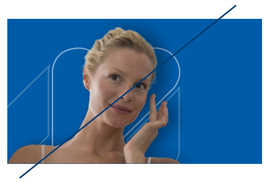


Ne pas modifier
la couleur du motif

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

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...)

Les photos

Produits

Objectif

Présenter visuellement les produits de manière attrayante et informative. Les photos produits Mayoly permettent aux clients et aux partenaires de mieux comprendre les caractéristiques, les utilisations et les avantages de nos produits. Elles ancrent les produits dans le quotidien.

Le produit shooté doit être parfaitement lisible. Pour plus d'authenticité, il est préférable de shooter les produits Mayoly dans leur contexte, manipulés par les équipes dédiées. Le close up et la mise au point est fait sur le produit ou la marque, et l'arrière plan doit rester flou. Dans la mesure du possible, le produit n'est jamais représenté en détouré sur fond blanc ou de couleur.

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).

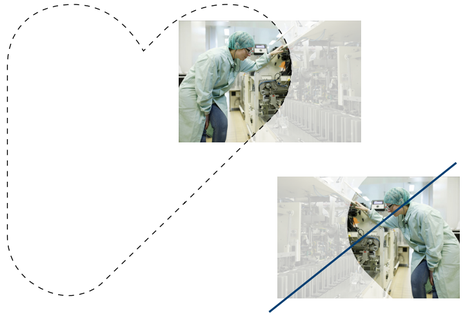
1. Cadrage M

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 — 38

Multi-domaines — 39

RSE — 40

Papèterie

Carte de visite — 41

Papier en-tête — 42

Digital

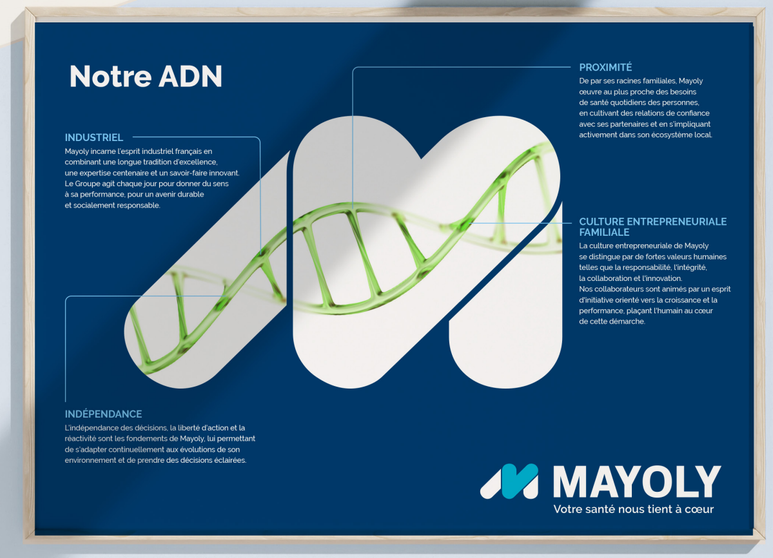
Posts réseaux sociaux — 43

Présentation PPT — 44

Affiches

Engagement et ADN

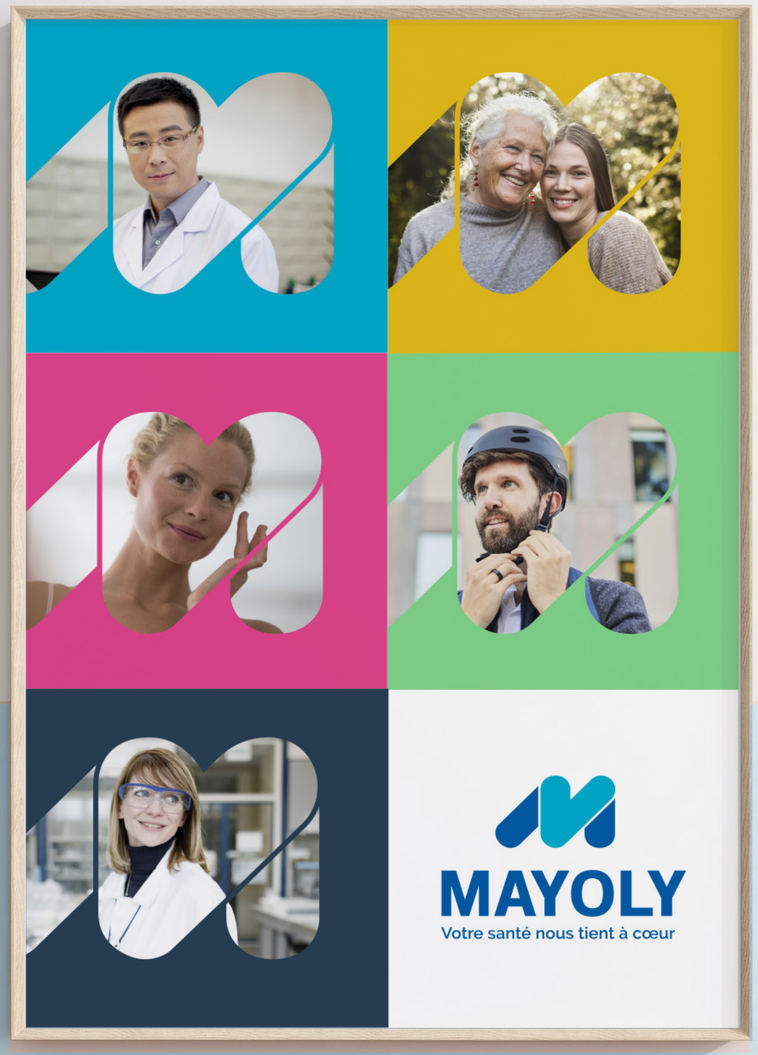
Les affiches corporate Mayoly doivent être directement rattachées à la marque en reprenant les codes identitaires principaux, à savoir le logo, les couleurs, la typographie Raleway et le symbole repris en masque photo.



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

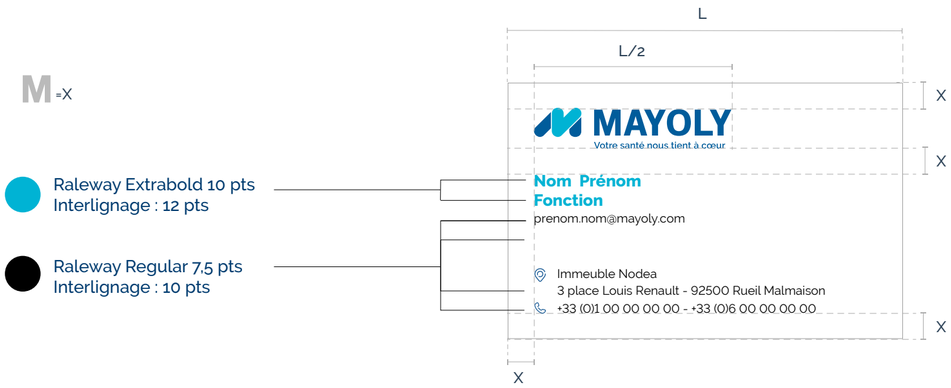
RSE

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

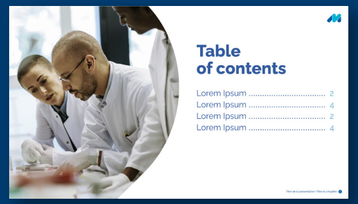
Dimensions : 21x29,7cm

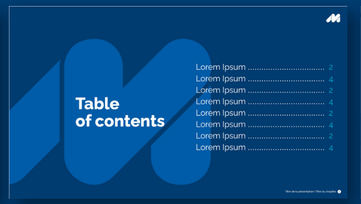
Digital

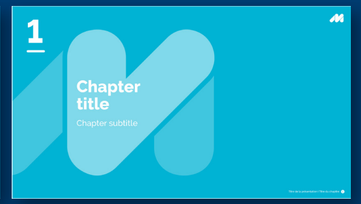
Posts réseaux sociaux

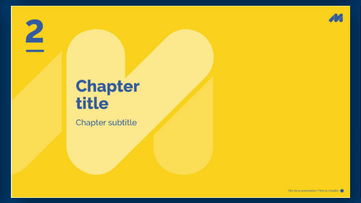
Post Linkedin pour le lancement de la nouvelle identité.

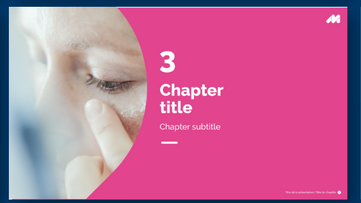
Digital
Power-Point

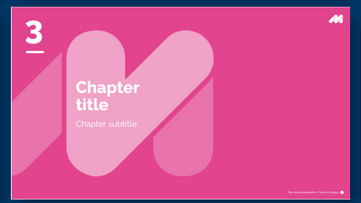


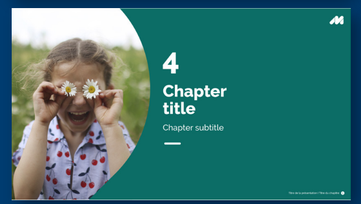


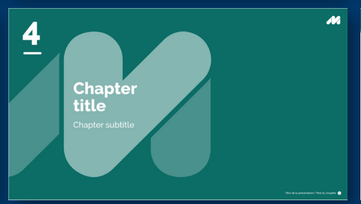


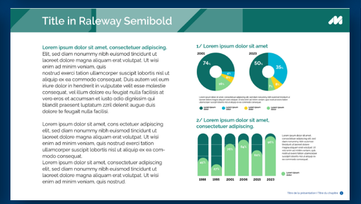


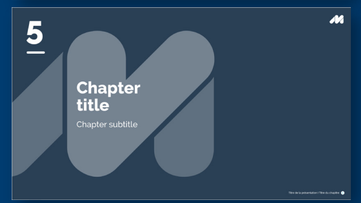


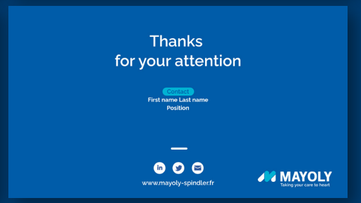












Les slides power-point reprennent les codes de la nouvelle charte. Plusieurs possiblités de mise en page s'offrent à vous selon l'usage. Les chapitres sont différenciés par couleurs en fonction des thématiques abordées. Des slides intersticielles sont ici proposées, utilisant les fonds paterns. La typographie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

MERCI !

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

laurence.julian@s.mayoly.com

www.mayoly-spindler.fr