

# **DESIGN GUIDELINES**

DEBIOPHARM™

# Introduction

---

L'objectif de ces guidelines est d'édicter un ensemble de recommandations cohérentes pour l'utilisation de la marque Debiopharm™ sur les différents supports de communication, ainsi que d'harmoniser et de renforcer la lisibilité de toutes les actions de communication en interne comme à l'externe. Des règles d'application claires et simples ont été définies afin que ces guidelines soient le moins contraignantes possible. Elles offrent le cadre de référence au sein duquel chacun des documents doit trouver sa place. Ce cadre n'est pas figé et évoluera naturellement avec les années.

Pour tout usage dont les caractéristiques ne figurent pas dans ce document, le Service de communication ([communication@debiopharm.com](mailto:communication@debiopharm.com)) doit valider les choix graphiques effectués.

Il importe en effet qu'un sentiment de qualité et de continuité visuelle émane des documents, vecteurs de l'image de la société.

## TABLE DES MATIÈRES

3	Logotype
10	Teintes
13	Typographie
17	Éléments visuels
26	Recommandations papiers
28	Powerpoint
37	Posters
39	Validation des documents

# Logotype

---

# Logo

---

Les logos, par définition, sont considérés comme des images. Aucun élément constitutif du logo ne peut être modifié.

Le logotype de Debiopharm™ est constitué de trois éléments :

- Son symbole, identifiant la marque
- Son inscription «Debiopharm™»
- Sa tagline «We develop for patients»

Dans la majorité des cas, le logotype est constitué de ces trois éléments mais pour des questions de lecture en petit format, il est possible d'utiliser le logotype sans sa tagline.

# PRÉSENTATION

---



Logo

COULEURS DU LOGO



PANTONE	Black
CMJN	0 0 0 100
RVB	0 0 0
HTML	000000

PANTONE	185
CMJN	0 100 100 0
RVB	227 0 15
HTML	#e3000f

#### IMPRESSION

Pour l'impression nous recommandons l'utilisation du Pantone, pour garder un rouge vif.

Logo

—



**FOND FONCÉ**

Sur fond foncé, le logo s'intègre principalement en monochromie blanche.



**MONOCHROMIE**

En monochromie, le logo s'affiche en noir et blanc.

# Logo



## ZONE D'EXCLUSION



Pour assurer à la marque un impact maximal, une zone d'exclusion autour du logotype est à respecter. Cette dernière correspond au minimum à la moitié de la hauteur (Y) du symbole. Aucun élément graphique ne doit apparaître dans la zone d'exclusion.

Quand cela est possible, la largeur est doublée pour correspondre à la hauteur du symbole (Y) permettant d'augmenter l'impact de la marque.

# Logo

## À ÉVITER

Notre logotype est une marque qui doit s'afficher de manière uniforme sur l'ensemble des supports. Dans le but de préserver son intégrité, veuillez éviter les modifications qui impacteraient négativement la marque.



✘ Ne jamais ajouter de contour, d'ombre au logotype et ne pas réduire l'opacité.



✘ Ne jamais incliner le logotype.



✘ Ne jamais modifier des couleurs spécifiques au logotype.



✘ Ne jamais effectuer de distorsion.



✘ Ne jamais modifier la relation de taille/espacement entre la marque et son symbole.



✘ La lisibilité de la marque doit être excellente dans toutes les utilisations.

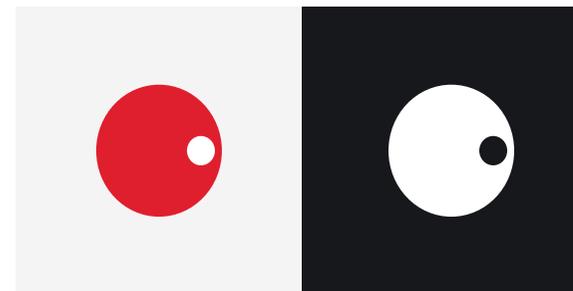
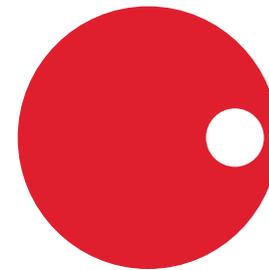
# Icône

---

Pour une utilisation simplifiée de la marque dans des contextes spécifiques comme le rappel de la marque, il est possible d'utiliser le symbole uniquement.

# PRÉSENTATION

---



# Teintes

---

# Teintes

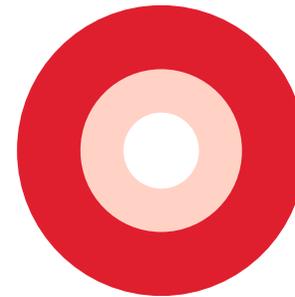
---

L'identité de Debiopharm™ est construite dans un univers chromatique rouge. Cette teinte est l'expression du swissness de l'entreprise et de son ADN dynamique orienté sur l'innovation.

Le rouge doit structurer l'ensemble de la communications visuelle du groupe en association avec les teintes complémentaires.

## UNIVERS CHROMATIQUE

---

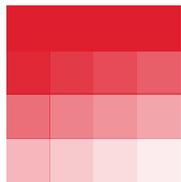


CMJN	0 100 100 0
RVB	227 0 15
HTML	#e3000f

# Teintes

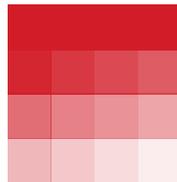
## GAMME DE TEINTES

### ROUGE PRINCIPAL



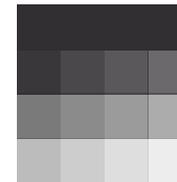
CMJN 0 100 100 0  
RVB 227 0 15  
HTML #e3000f

### ROUGE FONCÉ



CMJN 5 100 85 10  
RVB 199 37 60  
HTML #c7253c

### TEXTE/CONTRASTE



CMJN 0 0 0 90  
RVB 59 59 59  
HTML #3b3b3a

# Typographie

---

# Typographie

---

## DOCUMENTS PAPIERS

### Titillium

#### THIN

Uniquement lors de l'utilisation pour des slogans, chapôts et exergues en caractères de grandes tailles permettant une excellente lecture tout en apportant de l'élégance

#### LIGHT

Ecriture primaire pour toutes les publications. Peut aussi servir pour des exergues/slogans.

#### REGULAR

Utilisée pour mettre en gras un terme/une phrase lors de l'utilisation de la graisse Thin dans un slogan.

## POLICES DE CARACTÈRES

---

### INTERNET - TITRE

### TitilliumWeb

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+

### INTERNET - CONTENU

### Simplon Norm

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+

# Typographie

---

## DOCUMENTS PAPIERS

### Titillium

#### MEDIUM

Utilisée pour les titres et intertitres de niveau intermédiaire ou pour mettre en gras un terme/une phrase dans le texte primaire.

#### BOLD

Utilisée pour les titres principaux et les titres en grands formats.

## POLICES

---

### INTERNET - TITRE

### TitilliumWeb

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ abcdefgh  
ijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ abcdefgh  
ijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+**

### INTERNET - CONTENU

### Simplon Norm

ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ abcdefgh  
ijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+

**ABCDEFGHIJKLMNO  
PQRSTUVWXYZ abcdefgh  
ijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789>?!.,:@&+**

# Typographie

---

## EXERGUE

S'utilise à environ 130-150% de la taille du texte primaire en rouge (principal) et dans la graisse Thin ou en Light.

## TITRE PRINCIPAL

S'utilise à environ 170-190% de la taille du texte primaire en rouge (principal) et dans la graisse Medium ou Bold. Pour structurer la section il s'accompagne d'un filet gris (N25%) en dessous du texte, ou d'un traitillé rouge qui accompagne la base du titre.

## TITRE SECONDAIRE

S'utilise à environ 120-140% de la taille du texte primaire en rouge (principal) et dans la graisse Medium majoritairement en majuscules. Il peut être utilisé en minuscule pour apporter de la structure lors d'une quantité importante de titres.

## TEXTE PRIMAIRE

S'utilise dans des contexte standard en 10pt avec un interligne de 13-14pt en noir à 90%.

## LISTE

Reprend les spécificités du texte avec une puce ronde en rouge (principal).

## STYLES DE CARACTÈRES

---

For more than 35 years, we have been passionate about what we do: drug development.

## History

---

## History

---

## SUMMARY

## Summary

Debiopharm International SA is focused on the development of prescription drugs that target unmet medical needs. The company in-licenses, develops promising drug candidates.

- Translational Laboratory supporting Drug Discovery and Advanced Products

# Eléments visuels

---

# Eléments visuels

---

## Cercle

Le cercle est l'élément identitaire central de la communication de Debiopharm™, il doit apparaître dans la majorité des communications et s'offre comme un support graphique idéal pour y intégrer des slogans et titres.

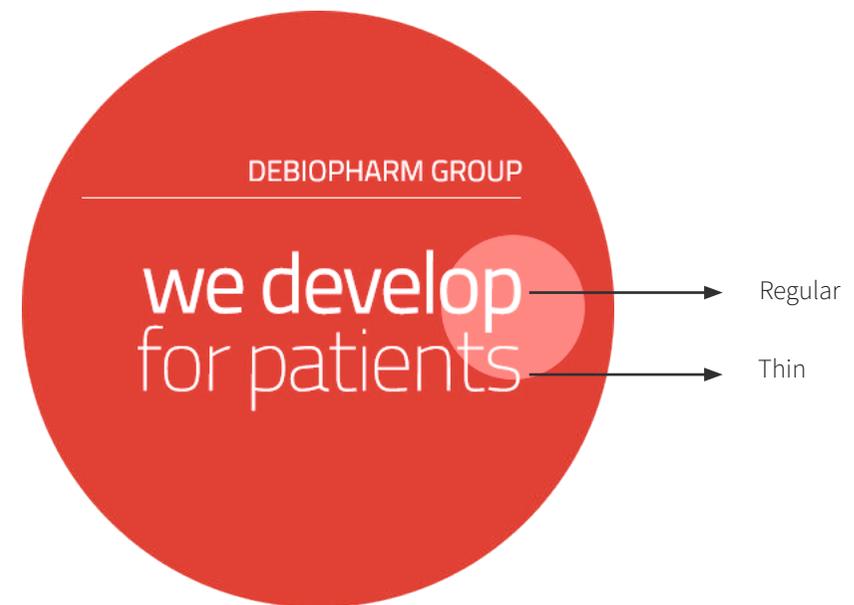
Le cercle s'utilise dans sa couleur d'origine rouge (principale) avec une puce rouge clair (M: 65 J: 45).

## Slogan

Les slogans sont toujours en minuscules, la typographie jonglant entre les graisses Thin et Regular.

## CERCLE & SLOGAN

---



# Eléments visuels

---

## Texture de fond

La texture de fond joue avec les formes circulaires exprimant la recherche et l'innovation.

Elle s'utilise comme texture de fond des documents pour habiller les couvertures ou les versos, les pages de titre intermédiaire ou pour apporter de la structure dans les documents.

## TEXTURE DE FOND

---



# Eléments visuels

---

## Debiopharm Group

Expression de la sérénité et de la force de caractère, la photographie du groupe communique cette recherche assidue de solutions, comme son attachement historique à la région lémanique.

Cette image est le visuel principal pour représenter Debiopharm™ dans ses communications. Elle vient habiller la plaquette de présentation, la présentation Powerpoint...

## PHOTOGRAPHIE DU GROUPE

---



# Eléments visuels

## Photographies corporate

Le style des photographies corporate est lumineux et épuré, chaque photographie est constituée d'une atmosphère médicale & business majoritairement blanche avec de légères nuances bleutées et des teintes légèrement désaturées. La moitié gauche de chaque image est composée d'une personne en activité, avec un habillement aux nuances de gris et de blanc.

Ces photographies sont utilisées pour représenter les différentes sociétés du groupe bien qu'il soit envisageable d'en utiliser pour habiller d'autres activités de la société.

## PHOTOGRAPHIES CORPORATE



Debiopharm Research & Manufacturing SA



Debiopharm Innovation Fund SA



Debiopharm International SA



Debiopharm Investment SA

# Eléments visuels

---

## Photographies d'habillage

Les photographies de contenu s'inspirent des photographies corporate mais dans un arrière-plan authentique.

Le sujet doit être à l'aise et naturel. L'ambiance est lumineuse, quelque peu désaturée et tirant légèrement dans les nuances bleues. La lumière (flash) ne doit pas venir bruler les contrastes permettant de visualiser le grain de la peau du sujet.

Il y a la liberté quant à la position des personnes sur la photographie et l'ambiance de l'arrière-plan. S'assurer par contre de la cohérence graphique entre les photographies.

## PHOTOGRAPHIES D'HABILLAGE

---



# Eléments visuels

## RECOMMANDATIONS PHOTOS

### ✓ **RÉSOLUTION**

Les images pour l'impression doivent au minimum être de 300DPI dans un format 1:1 correspondant au format final d'utilisation.

### ✓ **SCAN**

Les photos scannées doivent être en résolution maximale et retouchée pour une utilisation pour l'impression.

### ✓ **SOURCES & DROIT D'AUTEUR**

Les photos doivent respecter les droits d'auteur et doivent être achetées sur une plateforme (comme istock.com). Si elles sont libres de droits, il faut toutefois garder une trace de la source utilisée, voire l'indiquer. Il n'est pas autorisé d'utiliser une photographie qui a été trouvée sur internet pour un usage interne ou externe.

Certaines photos doivent être signées par un copyright.

Le scan d'une photo est possible pour une image sans droit d'auteur. Il est nécessaire de s'assurer de la possibilité d'utiliser : icônes, photos, illustrations provenant d'un scan.

### ✓ **PHOTOGRAPHE**

Si les photos sont prises par un photographe, s'assurer des restrictions définies pour l'utilisation de la photographie et transmettre cette charte ou mettre en relation avec le secteur communication pour assurer la cohérence des photographies.

### ✓ **STYLE**

Le style des photographies achetées ou prises par un photographe doivent correspondre aux photographies d'habillage.

## Mauvais exemples



✗ Regard en attente de la photographie



✗ Fond neutre



✗ Structure typée  
«Stock de photos»



✗ Trop de contraste et teintes trop chaudes

# Eléments visuels

—

## Iconographie

L'iconographie vient habiller les contenus et les structurer permettant de rapidement en comprendre le sens.

L'iconographie est monochromatique ou bichromatique utilisant principalement le rouge principal et le noir à 90% de la charte graphique. Les icônes sont dans un style minimaliste, filaires ou remplies avec des bordures arrondies.



### **DROITS D'AUTEURS**

Les icônes sont aussi protégées par le droit d'auteur, il n'est pas possible de réutiliser des icônes récoltés sur internet sans s'assurer que les droits d'auteur soient honorés.

## ICONOGRAPHIE

—

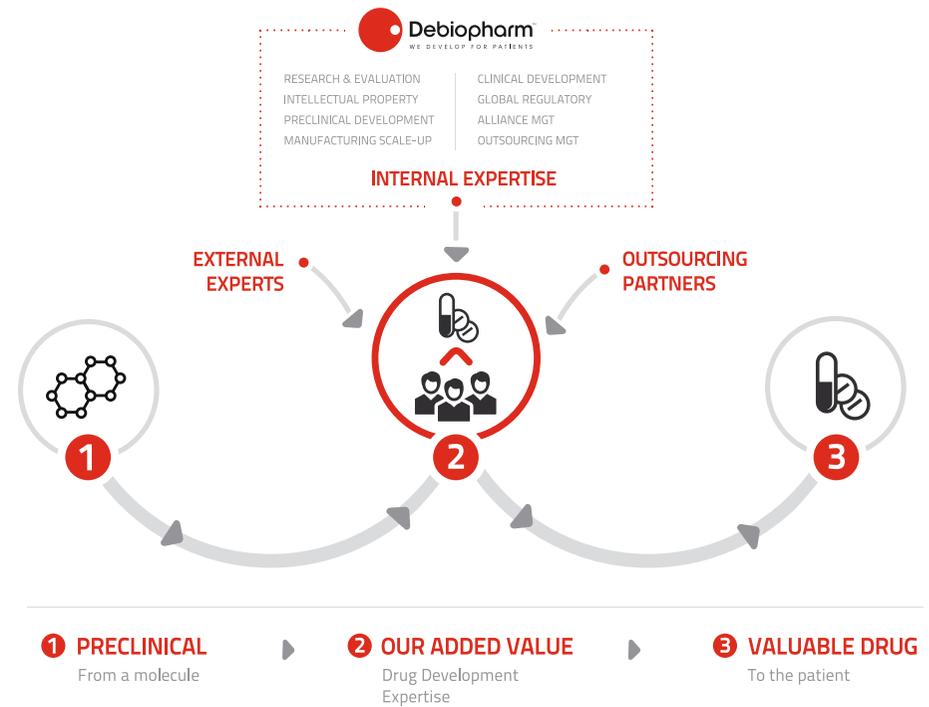


# Eléments visuels

## SCHÉMA

### Schémas

Les schémas ont pour objectif d'exprimer de la manière la plus simple certains aspects complexes de la société. Ils laissent beaucoup de place au blanc et évitent d'apporter trop d'informations différentes.



# Recommandations papiers

---

# Papiers

---

Les papiers d'impression pour communiquer l'identité de Debiopharm™ doivent respecter certains critères, pour offrir une cohérence graphique dans la communication.

## **GÉNÉRALITÉ**

Type de papier : Offset (non-couché)

Recommandation : PlanoArt (Papyrus), Z-Offset (Fischer Papier)

## **PROPOSITION POUR LA PAPETERIE**

Enveloppe : 100g/m<sup>2</sup>

Lettre A4 : 90g/m<sup>2</sup>

Carte de compliments : 300g/m<sup>2</sup>

Carte de visite : 300g/m<sup>2</sup>

## **PROPOSITION POUR LES DOCUMENTS PROMOTIONNELS**

Pour les documents promotionnels (plaquette d'entreprise) nous recommandons l'utilisation du PlanoArt de Papyrus avec un grammage d'au moins 300g/m<sup>2</sup>.

Pour les flyers un grammage moins important est possible (ex. 200g/m<sup>2</sup>).

# RECOMMANDATIONS PAPIERS

---

# Powerpoint

---

# Powerpoint

---

## INTRODUCTION

---

### Introduction

Les présentations Powerpoint doivent se baser sur les structures templates établis pour chaque entité. Les codes graphiques diffèrent de la guideline pour des questions de compatibilité de version avec les systèmes d'exploitation.

# Powerpoint

## COULEURS

### Codes couleurs

Les codes couleurs pour Powerpoint diffèrent quelque peu des autres codes, ceci pour correspondre aux besoins des documents.

#### COULEUR PRINCIPALE - TEXTE



RVB 95 95 95  
HTML #5F5F5F

#### COULEUR PRINCIPALE - TEXTE



RVB 210 0 0  
HTML #D20000

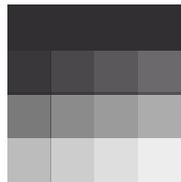
#### ROUGE FONCÉ - ÉLÉMENTS/GRAPHIQUES



RVB 155 0 15  
HTML #87000D

#### NUANCES DE GRIS

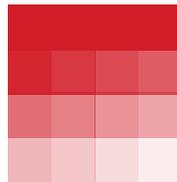
Textes, tableaux...



RVB 95 95 95  
HTML #5F5F5F

#### NUANCES DE ROUGE

Graphiques, éléments



RVB 210 0 0  
HTML #D20000

# Powerpoint

## POLICE DE CARACTÈRES

### Police de caractères

Les polices de caractères pour Powerpoint diffèrent des guidelines pour des questions de compatibilité.

#### TEXTE STANDARD

Arial  
18-24 pt  
RVB 95 95 95



#### TITRE DE SLIDE

Arial Bold  
20 pt  
RVB 95 95 95



#### TITRE DE CONTENU

Arial Bold  
18-22 pt  
RVB 210 0 0



Pas de soulignements sur le texte  
Pas de couleurs pour les contenus (seulement les titres en rouge)  
Mises en évidence = gras

#### STYLE DES LISTES

Usage de listes uniquement lorsque cela est nécessaire (contenus)  
Style: puces en rouge, hauteur identique que le texte ●

# Powerpoint

## TABLEAUX

### Tableaux

#### TEXTE STANDARD

Arial  
12-14 pt  
RVB 100 100 100



#### EN-TÊTE

Texte  
Arial 12-14pt  
RVB 0 0 0



Fond rouge  
RVB 210 0 0



Alignement à gauche  
Ecriture en blanc

#### CONTENU

Fond(s) gris - colonnes blanc  
RVB 230 230 230 e6e6e6  
RVB 243 243 243 f3f3f3  
Alignement à gauche ou centre  
Police noire



Rank	Drug	Company	Sales (2013 <sup>e</sup> ) USD bn
1	Abilify	Otsuka	5.5
2	Nexium	AstraZeneca	5.0
3	Cymbalta	Eli Lilly	4.5
4	Humira	AbbVie	4.5
5	Crestor	AstraZeneca	4.0
6	Advair Diskus	GlaxoSmithKline	3.9
7	Enbrel	Amgen	3.0
8	Remicade	Johnson & Johnson	2.9
9	Copaxone	Teva	2.6
10	Neulasta	Amgen	2.7

⚠ Uniquement fond rouge et cellules grises  
Mises en évidence du texte = en gras (pas de couleur rouge)

⚠ S'appuyer sur la slide modèle pour la définition  
des couleurs et du style

# Powerpoint

## Contenus

Utilisation d'un minimum de textes et de contenus.

Mise en évidence uniquement par l'utilisation du gras (pas de couleurs ou par du titrage rouge) ou en travaillant la structure et les blocs rouges.

**Le contenu est exprimé par le narrateur, pas par le support; les slides étant juste un support pour le message.**

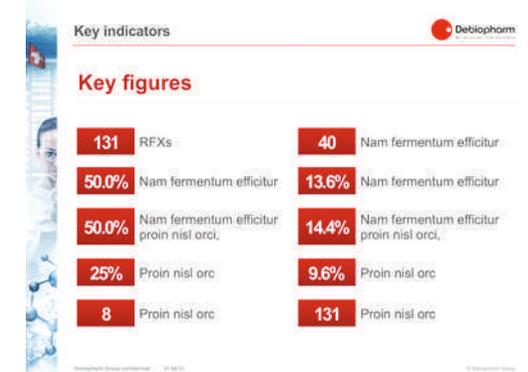
## IMAGES/ILLUSTRATIONS

Veillez citer les copyrights des auteurs des photographies lorsque vous en utilisez.

**Veillez respecter le droit d'auteur en utilisant uniquement des photographies pour lesquelles les droits ont été payés ou autorisant l'utilisation libre d'images.**

**Exemple :** Photographie : Marc Wahlberg/Entreprise

## CONTENUS



# Powerpoint

## Graphiques

Pour les graphiques il est possible d'utiliser une gamme élargie de teintes permettant de différencier les éléments du graphique. Il est nécessaire de retrouver le rouge Debiopharm et de créer la cohérence.

### TEINTES

Rouge  
RVB 210 0 0



Orange  
RVB 246 151 45



Turquoise  
RVB 90 177 169



Bleu  
RVB 62 105 156

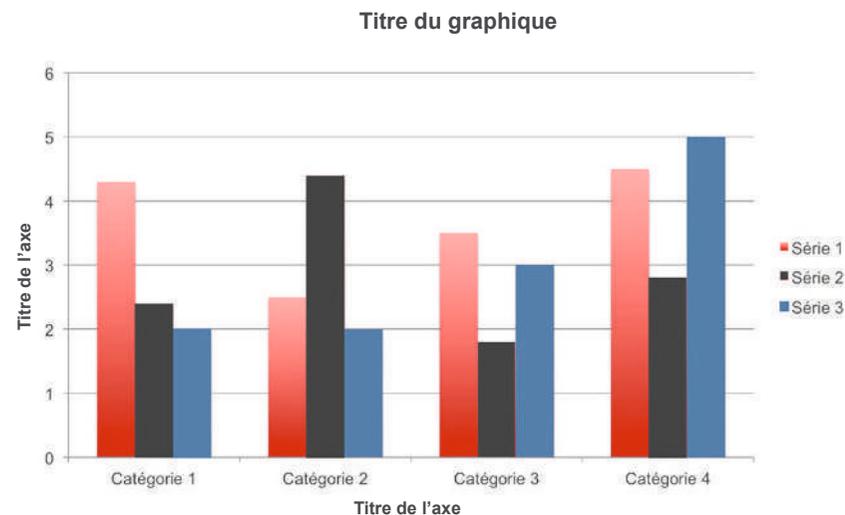
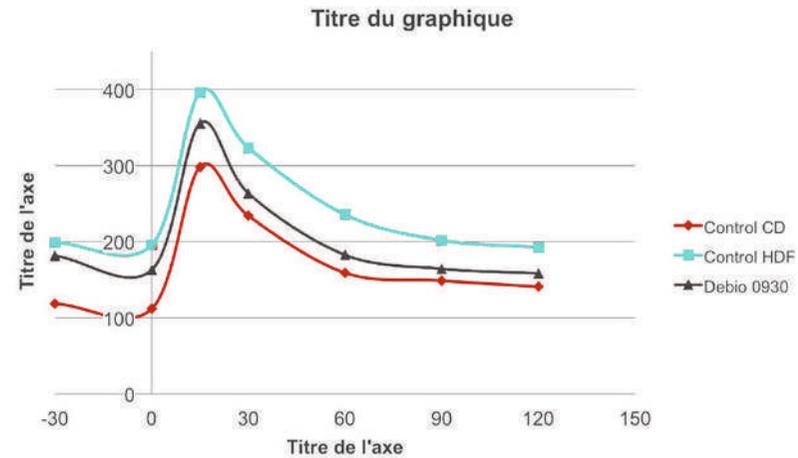


Violet  
RVB 162 67 135



! Nuances de gris uniquement pour les colonnes et fond transparent.

## GRAPHIQUES



# Powerpoint

—

## Dernière slide

### ELÉMENTS

Veillez utiliser les slides créées spécifiquement pour les sociétés :

- Debiopharm Group
- Debiopharm Innovation Fund SA
- Debiopharm International SA
- Debiopharm Investment SA
- Debiopharm Research & Manufacturing SA

Avec vos coordonnées de contact.

## DERNIÈRE SLIDE

—



### Contact information

#### NOM PRENOM

Titre

Debiopharm International SA  
[info-international@debiopharm.com](mailto:info-international@debiopharm.com)

**Debiopharm Group™**  
**Headquarters**  
Lausanne, Switzerland  
[www.debiopharm.com](http://www.debiopharm.com)

© design : [www.superhuit.com](http://www.superhuit.com)

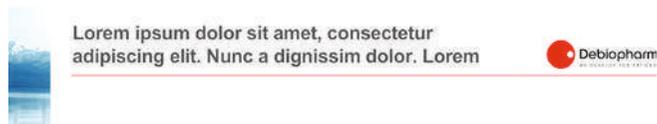
© Photos : J.Straessli (elke) & S.Staub (moder) – copyright Debiopharm Group

# Powerpoint

## Conseils

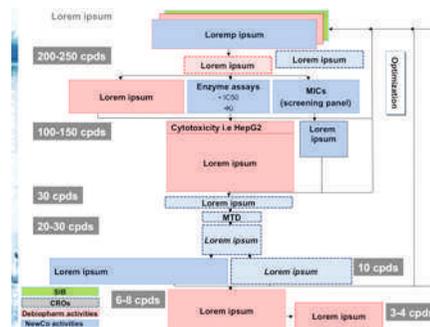
Project Timelines / Program						
	T=0	T=3	T=6	T=9	T=12	T=24
<b>Preparatory Phase, 3 months (T=3)</b>						
<b>Timeline / Activities</b>	20 cpds	10-20 cpds	10-20 cpds	10-5 0 cpds	10-20 cpds	
<b>Deliverables</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Scaffold selection based on:                             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc a dignissim dolor.</li> <li>2. Donec blandi velit sit amet purus lobortis, a viverra turpis imperdiet. In hac habitasse platea dictumst.</li> <li>3. Donec non est sed ligula elementum malesuada. Nullam risus ex, hendrerit a sodales eu, porttitor vitae ligula.</li> </ol> </li> <li>• Debiopharm's tasks:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet,</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet,</li> <li>• Lorem ipsum dolor sit amet.</li> </ul> </li> </ul>					
		<b>Leads.</b> Lorem ipsum GoNoGo. Prioritize: • 1 scaffold • 1 program		<b>Advanced leads.</b> Lorem ipsum Lorem ipsum		<b>DC</b>

✘ Ne pas utiliser des grands éléments graphiques qui recouvrent la structure graphique du Debiopharm PPT.



✘ Ne pas ajouter de longs titres, veuillez simplifier vos titres et utiliser les intertitres dans les contenus.

## CONSEILS



✘ Ne pas utiliser du texte trop long. Simplifiez vos dias.



# Posters

---

# Posters

## FORMATS DES POSTERS

Les posters médicaux de la société doivent se baser sur les structures de template Powerpoint existantes. Les formats disponibles pour les posters sont :

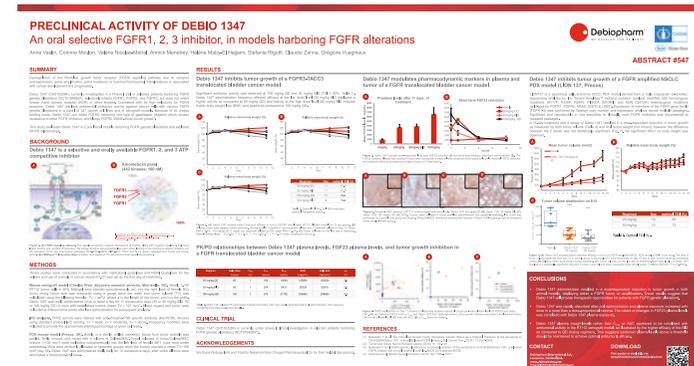
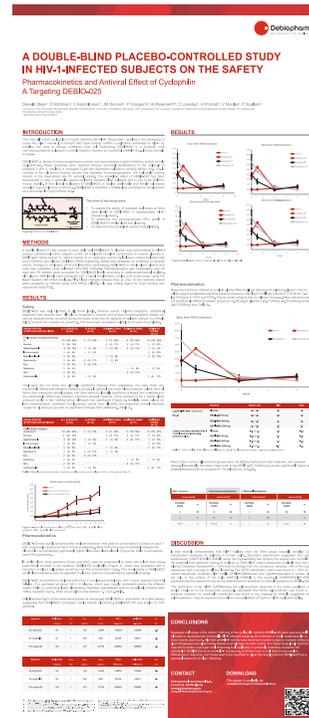
- Paysage : 170x90mm ou 230x100mm
- Portrait : 90x170mm ou 100x230mm

## A RESPECTER

Il est nécessaire de respecter les codes Powerpoint pour les schémas et de respecter la structure de base correspondant à :

- Bandeau en bordure en haut de document
- Titrage en majuscule en haut à gauche
- Logo Debiopharm™ en haut à droite, si partenaire, ajouter à la droite du logo du groupe
- Capsule Debiopharm de conclusion en bas à droite
- Codes couleurs des Powerpoint
- Structure en 2 colonnes (portrait) ou 4 colonnes (paysage)

# STRUCTURES À RESPECTER



# Validations des documents

---

# Validations

---

Les documents utilisés **à l'interne** tels que :

- Présentations Powerpoint
- Documents d'information

Ainsi que tous les documents pour l'externe doivent passer par une étape de validation auprès du département de communication : [communication@debiopharm.com](mailto:communication@debiopharm.com) assurant que la mise en forme correspond aux codes graphiques de la société permettant ainsi de pérenniser la cohérence de la marque Debiopharm™ et de ses sociétés.

## VALIDATION DES DOCUMENTS

---