

Chiesi Foundation Brand Guidelines



Table of Contents

Section 1 / Chiesi Foundation's Logotype	2	Section 5 / Chiesi Foundation's Icon Style	33
1.1 Primary logo	3	5.1 Iconography	33
1.2 Chiesi Foundation's circle	8		
1.3 Don'ts	10		
Section 2 / Chiesi Foundation's Colour Palettes	11	Section 6 / Applying Chiesi Foundation's identity	38
2.1 Primary colour palette	12	6.1 Introduction	38
2.2 Secondary colour palette	13	6.2 Letterhead and business card	39
2.3 Tertiary colour palette	17	6.3 Envelopes	40
		6.4 Folder	42
Section 3 / Chiesi Foundation's Typography	18	6.5 Report cover and internal pages	43
3.1 Primary typeface	19	6.6 T-shirt, hoodie and backpack	46
3.2 Secondary typeface	20	6.7 Advertising	49
3.3 Typeface hierarchy	21	6.8 Roll-up banner	56
		6.9 PowerPoint presentation	60
Section 4 / Chiesi Foundation's Imagery	23	6.10 Social media square post	63
4.1 Premise	23	6.11 Social media 9:16 story	71
4.2 Principles	24	6.12 Video	79
4.3 Don'ts	30		
4.4 Logo on imagery	31		

Section 1
Chiesi
Foundation's
Logotype

Chiesi

FOUNDATION

1.1 Primary logo

The primary version of the logo is the positive one, characterized by its primary colors.

Minimum/recommended width is about:

- 150/200 pixels on 1920x1080 size
- 25/35mm on A4 size
- 35/50mm on A3 size

50mm on A3 size



35mm on A4 size



25mm on A4 size



Logo clear space area
(exclusion zone around the logotype)





Chiesi
FOUNDATION

The positive version of the Chiesi Foundation logotype is displayed on a white background. The word "Chiesi" is written in a bold, italicized, dark blue serif font. A thin horizontal line is positioned directly beneath "Chiesi". Below this line, the word "FOUNDATION" is written in a bold, blue, all-caps sans-serif font.

Positive version



Chiesi
FOUNDATION

The negative version of the Chiesi Foundation logotype is displayed on a solid black background. The word "Chiesi" is written in a bold, italicized, white serif font. A thin horizontal line is positioned directly beneath "Chiesi". Below this line, the word "FOUNDATION" is written in a bold, white, all-caps sans-serif font.

Negative version



Chiesi
FOUNDATION

The logo consists of the word 'Chiesi' in a bold, italicized, dark blue serif font. A thin horizontal line is positioned directly beneath 'Chiesi'. Below this line, the word 'FOUNDATION' is written in a bold, blue, all-caps sans-serif font.

Positive version



Chiesi
FOUNDATION

The logo is identical in structure to the positive version, but rendered in greyscale. 'Chiesi' is in a bold, italicized, dark grey serif font, followed by a thin horizontal line, and 'FOUNDATION' is in a bold, dark grey, all-caps sans-serif font.

Greyscale version



1.2 Chiesi Foundation's circle

The Chiesi Foundation's circle is derived from our logotype and its key function is to support the brand visibility and positioning.

It is also possible to use the symbol in isolation, to add presence and dynamism to Chiesi Foundation's publications and merchandise (i.e. in campaigning materials and infographics).



The result of the combination between the primary logo and the Chiesi Foundation's circle is a sort of secondary logo.

As a rule, we can preferably use the primary logo on stationery materials (letterhead, business cards, envelopes, etc) and the secondary on communications materials, i.e. when placing the logo over imagery.

Minimum/recommended width is about:

- 150/200 pixels on 1920x1080 size
- 25/35mm on A4 size
- 35/50mm on A3 size



1.3 Don'ts

Never rearrange, distort or recolour the logo.

Do not use low-contrast versions of the logo against the background.



Section 2

Chiesi Foundation's Colour Palettes

CHIESI
FOUNDATION
BLUE

Chiesi

FOUNDATION

CHIESI
FOUNDATION
CYAN

2.1

Primary colour palette

These colours are prominently used, with particular emphasis on the Chiesi Foundation blue, which must always be strongly present.



CMYK 79 60 32 18



RGB 68 88 120
HEX #445878



CMYK 50 5 0 0

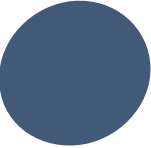
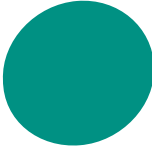
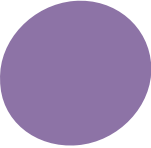
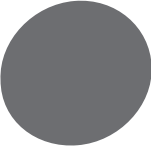
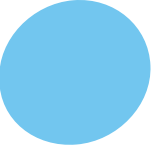
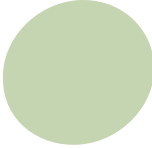
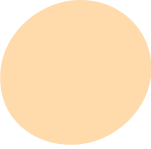
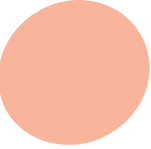
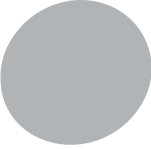


RGB 133 201 240
HEX #85C9F0

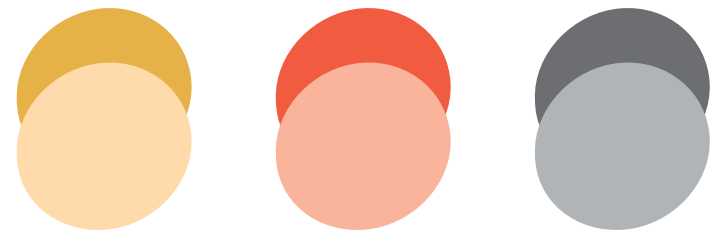
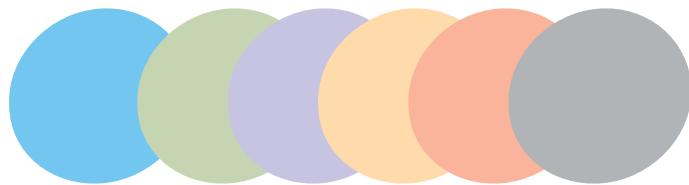
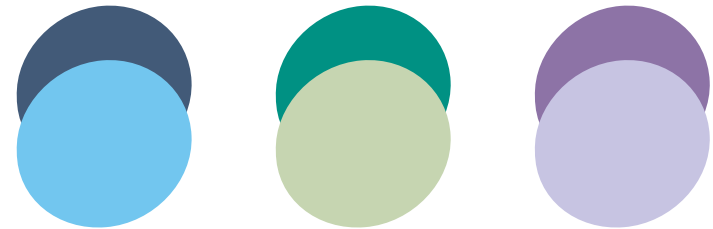
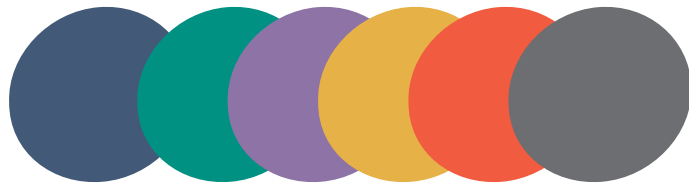
2.2

Secondary colour palette

These colours support the primary colour palette as highlights and to add flexibility. Example use: specific campaign or project communication, website navigation, charts and diagrams.

Primary		Secondary			
CF BLUE		PINE GREEN	AFRICAN VIOLET	SUNSET YELLOW	CINNABAR RED
CMYK 79 60 32 18		CMYK 100 20 60 0	CMYK 50 60 10 0	CMYK 0 25 80 10	CMYK 0 80 80 0
RGB 68 88 120		RGB 0 135 122	RGB 148 115 166	RGB 233 183 63	RGB 233 79 53
HEX #445878		HEX #00877A	HEX #9473A6	HEX #E9B73F	HEX #E94F35
					
					
CF CYAN	TEA GREEN	LAVENDER	NAVAJO YELLOW	MELON	SILVER GRAY
CMYK 50 5 0 0	CMYK 15 0 30 10	CMYK 20 20 0 0	CMYK 0 15 35 0	CMYK 0 35 35 0	CMYK 0 0 0 35
RGB 133 201 240	RGB 210 119 184	RGB 210 205 232	RGB 254 223 179	RGB 248 186 162	RGB 189 188 188
HEX #85C9F0	HEX #D2DBB8	HEX #D2CDE8	HEX #FEDFB3	HEX #F8BAA2	HEX #BDBCBC

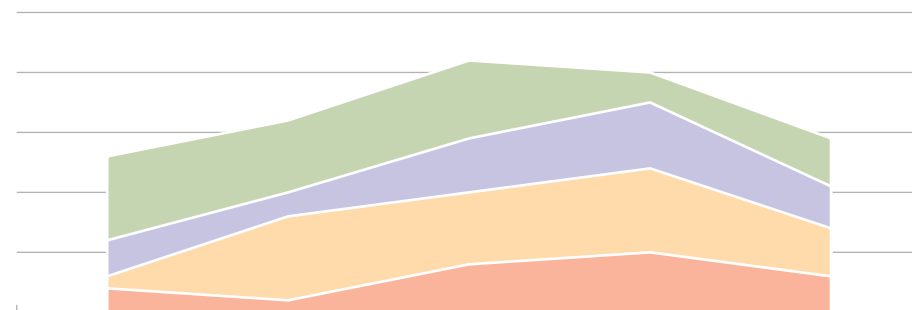
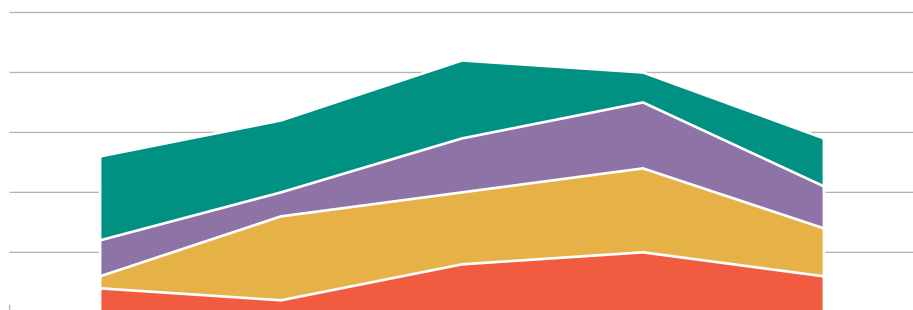
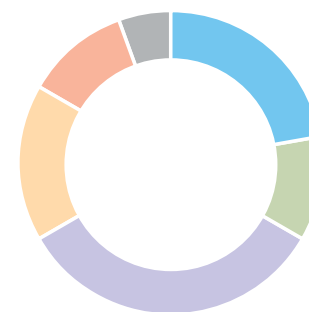
Primary and secondary colours pairings



Primary and secondary colours pairings



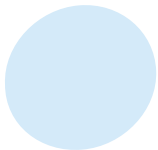
Examples of primary and secondary colours used in infographics



2.3 Tertiary colour palette

These colours are meant to be used only as backgrounds, i.e. for text boxes.

CHIESI FOUNDATION
CYAN / 30% TINT



TEA GREEN
30% TINT



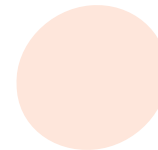
LAVENDER
30% TINT



NAVAJO YELLOW
30% TINT



MELON
30% TINT



SILVER GRAY
30% TINT



Section 3

Chiesi

Foundation's

Typography

TITLE

Subtitle

H3/Introduction

Occullo expe nusam net eaquam, cusam, con res vellab inimo molut ullate aceperi cone cullam est, eum, et vent et quibus aut qui conse- que voluptatur auta ex eum ima aut ut es et veritiis aperum derrore ea nis rae ad ut pa amenihit utest prerunt ullorit ibusam qui qui bla vidi to cus reperes ciduci cum inciatque nia imint am, quas excea atur re volorpo ribus.

3.1

Primary typeface

Montserrat is our primary typeface, it is used for all our headlines, impactful communications and messages.

There is a range of weights available, however, we use Montserrat Bold for the majority of our communications.

Semi Bold and Medium can also be used in smaller passages of text such as for bullet points, sub-headings etc.

Montserrat font is available [here](#).

Montserrat Bold

Montserrat Bold

Montserrat Semibold

Montserrat Medium

3.2

Secondary typeface

Lexend is our secondary typeface and it is used for the body copy or any large passages of text, for sub-sub-headings and for chapter/section numbers in combination with Montserrat.

Lexend Light is our primary selection for the body copy.
Medium, Semibold and Bold are used to highlight and to emphasize.

The chosen weight will depend on the font size and the contrast against the background colour and/or surrounding elements.

Lexend is available [here](#) and [here](#).

H3/Introduction

H4/Introduction

Occullo expe nusam net eaquam, cusam, con res vellab inimo molut ullate aceperi cone cullam est, eum, et vent et quibus aut qui consequere voluptatur auta ex eum ima aut ut es et veritiis aperum derrore ea nis rae ad ut pa amenihit utest prerunt ullorit ibusam qui qui bla vidi to cus reperes ciduci cum inciatque nia imint am, quas excea atur re volorpo ribus.

Occullo expe nusam net eaquam, cusam, con res vellab inimo molut ullate aceperi cone cullam est, eum, et vent et quibus aut qui consequere voluptatur auta ex eum ima aut ut es et veritiis aperum derrore ea nis rae ad ut pa amenihit utest prerunt ullorit ibusam qui qui bla vidi to cus reperes ciduci cum inciatque nia imint am, quas excea atur re volorpo ribus.

3.3

Typeface hierarchy

Visual hierarchy is crucial for optimal legibility and readability.

HEADLINE STYLE
MONTSEERRAT

TITLE 28 POINTS

Subtitle 17,5 points

H3/Introduction 11 points

Paragraph Text 8 points

Occullo expe nusam net eaquam, cusam, con res vellab inimo
molut ullate aceperi cone cullam est, eum, et vent et quibus aut qui
consequ voluptatur auta ex eum ima aut ut es et veritiis aperum
derrore ea nis rae ad ut pa amenihit utest prerunt ullorit ibusam
qui qui bla vidi to cus reperes ciduci cum inciatque nia imint am,
quas excea atur re volorpo ribus.

PARAGRAPH STYLE
LEXEND

Section 1

SECTION TITLE

1.1

Section heading

Introduction text

Bor alic toribus ipsa nihil ilis ut vellanit voles dolupta tionsequosam earum sitiber iatiusa ndaepudis doluptati doluptas dolora dolorit rehenimpos molorem re eum estrum simetur aligniam ium ipsaper natempo riaecto iunt.

Ihitat. At apit, tempelest ma doluptatus, que conempor as eosapienis sunt pelessit et eati que voloreribus.

Tem hariti tecto dolut volescias conseni minverunt plaborrum voloriatur, consequos es sitatet preprehendia dolor sunt que vellandiscit quia dellest estibus reperch ictiaec torepu ditatumquas auditi aspero magnias eari omnitos nit voluptate ium qui ut latur? Uga. Aquis quatibus nonetur mintius, niatiorum imoditat fugitas dedit omnim aut eaque et modici discia sitia nos modicim hilit, officitatum expenatque eumquam nullicilique sequi utem.

Section 4

Chiesi

Foundation's

Imagery

4.1

Premise

The image is the heart and engine of the story we tell, and it is therefore necessary to guide the briefing, composition, and selection according to simple and clear principles. These principles are outlined to work not only individually but especially in combination with each other.

4.2

Principles

By including people, context and the story we bring the themes depicted within the photographs into supporters' lives, building a bridge of empathy with the people portrayed.

Photos should prominently feature people, including beneficiaries and staff in settings like wards, training sessions, and meetings. Emphasize the meaningful expressions and gestures of both those receiving assistance and those providing it. It is essential to convey dignity and respect for all subjects, while also ensuring that the images evoke motivating and engaging emotions, rather than feelings of guilt.

Authentic, candid situations are captured without posed compositions, transporting viewers directly into the moment and showcasing the work and impact of the Chiesi Foundation “in situ.” The surrounding context enhances the communication of the technical and technological assistance provided, including the equipment and environments utilized. Observers can see the beneficiaries being supported and aided in a detailed, intimate manner, fully immersed in their circumstances.

Authentic stories are the most effective in capturing and engaging audiences. It is crucial to thoughtfully consider the relationship between text and images, as well as among related visuals, to ensure that their combination effectively communicates the intended message. Additionally, each photo should be inherently rich in narrative, conveying essential information on its own, thereby reducing the need for extensive written explanations.





PEOPLE

Beneficiaries and staff
Expressions and gestures
Dignity and respect

CONTEXT

STORY



PEOPLE

Beneficiaries and staff
Expressions and gestures
Dignity and respect

CONTEXT

STORY



PEOPLE



CONTEXT

Authentic situations
Technical assistance
Immersed view

STORY



PEOPLE

CONTEXT

Authentic situations
Technical assistance
Immersed view

STORY



PEOPLE

CONTEXT

STORY

Authentic stories
Text and image relationship
Extensive narrative





4.3 Don'ts

Do not use studio-created photos and avoid constructed situations.

Do not use completely cropped photos. The context should be visible or perceptible.

Avoid images that are too stark, negative or hopeless.

Avoid photos that are decontextualized from the work of Chiesi Foundation.

Avoid excessive wide-angle effect.

Do not include visible and recognizable logos or branded elements in the image.



4.4 Logo on imagery

In order to avoid issues related to legibility and contrast, the logo should always be used on photos within the Chiesi Foundation's circle, in clearly visible areas, balancing the graphic content and being careful not to overlap with important subjects or details.





Section 5 Chiesi Foundation's Icon Style

5.1 Iconography

A clean, linear, light but fairly thick stroke style was defined and developed for the icon design.

The resulting icons should mainly be used in the primary color blue; however, the previously established guidelines for matching and contrast with secondary colors still apply.

The set provided is complete and varied, embracing several categories for a variety of uses.

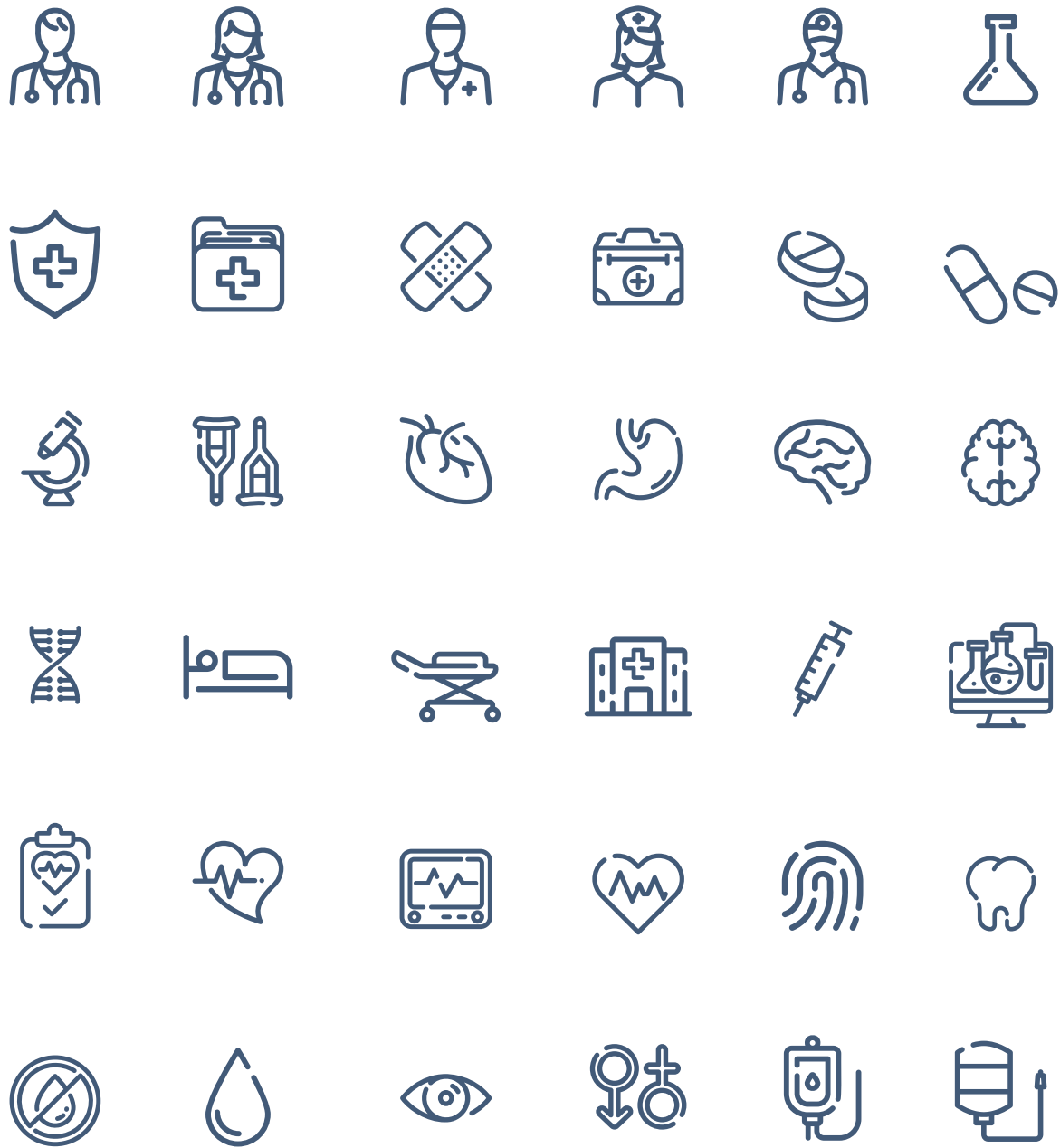


RESPIRATORY CARE

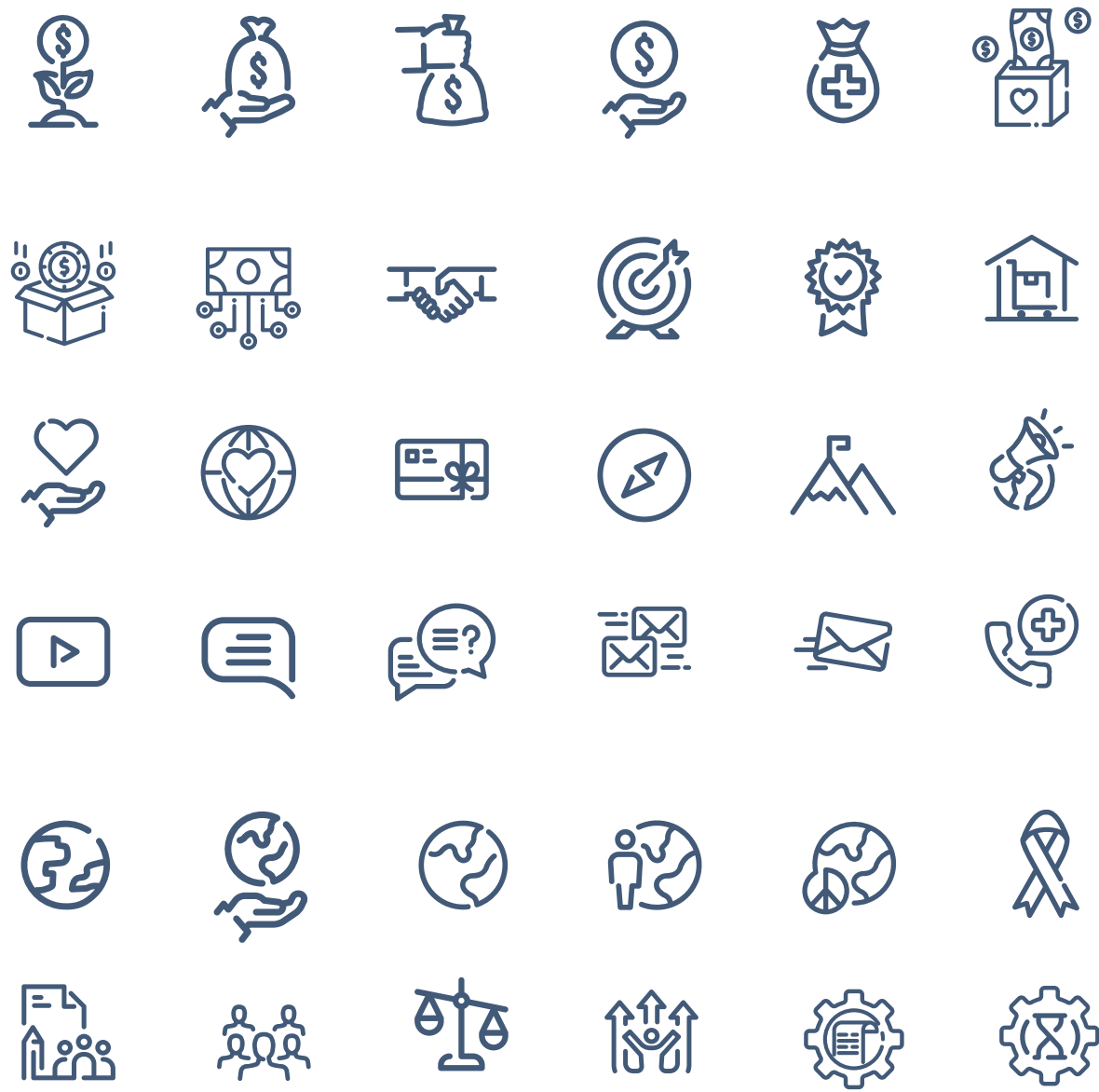


NEONATAL CARE



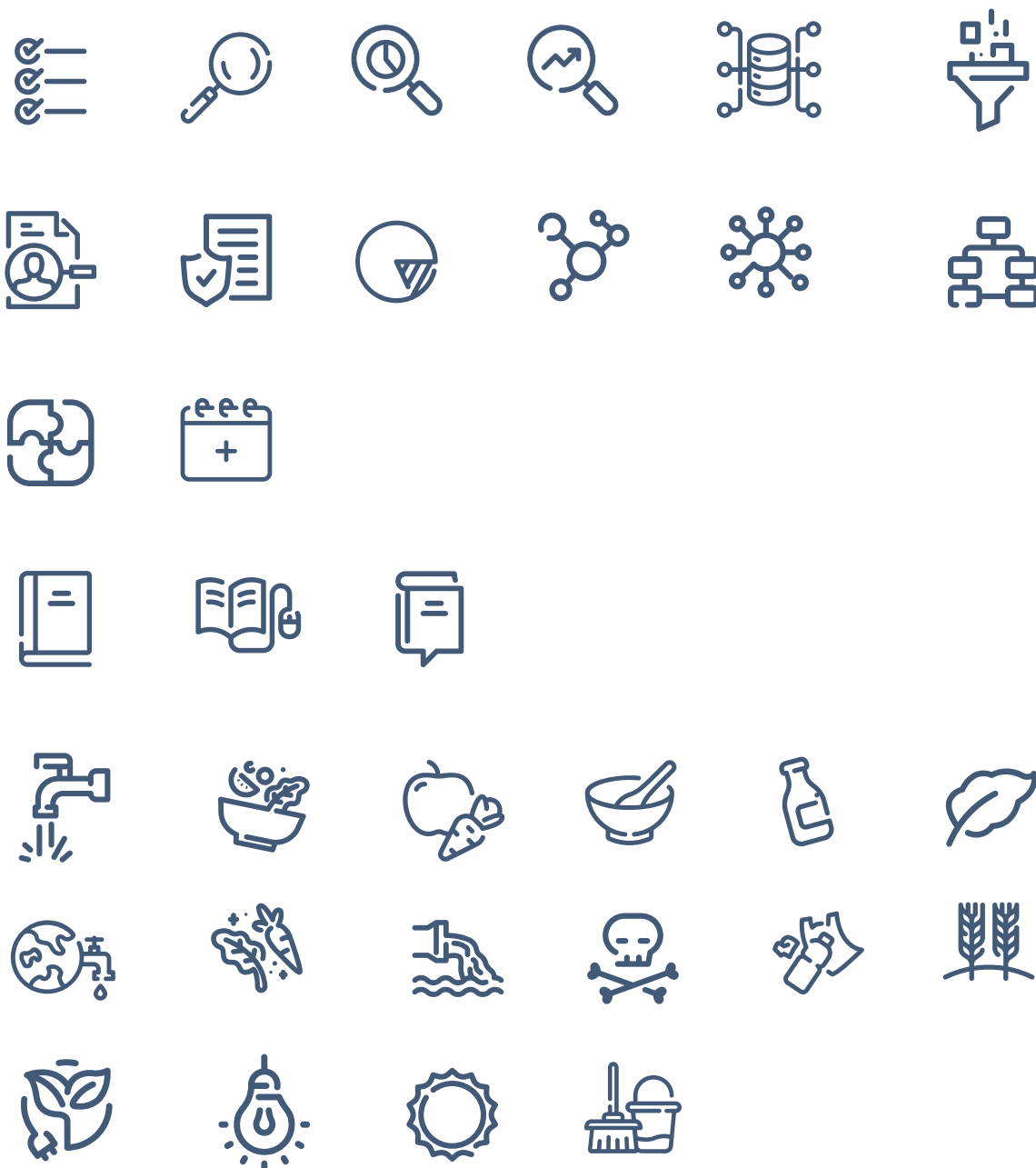


HEALTHCARE



FUNDRAISING

INTERNATIONAL
COOPERATION



DATA ANALYSIS

EDUCATION
FOOD
ENVIRONMENT

Section 6

Applying Chiesi Foundation's identity

6.1

Introduction

The following items are the basic elements of a consistent and integrated brand identity: letterhead and business card, envelopes, folder, report cover and internal pages, t-shirt/hoodie/backpack, advertising, roll-up banner, post and stories template for social media, PowerPoint presentation, video.

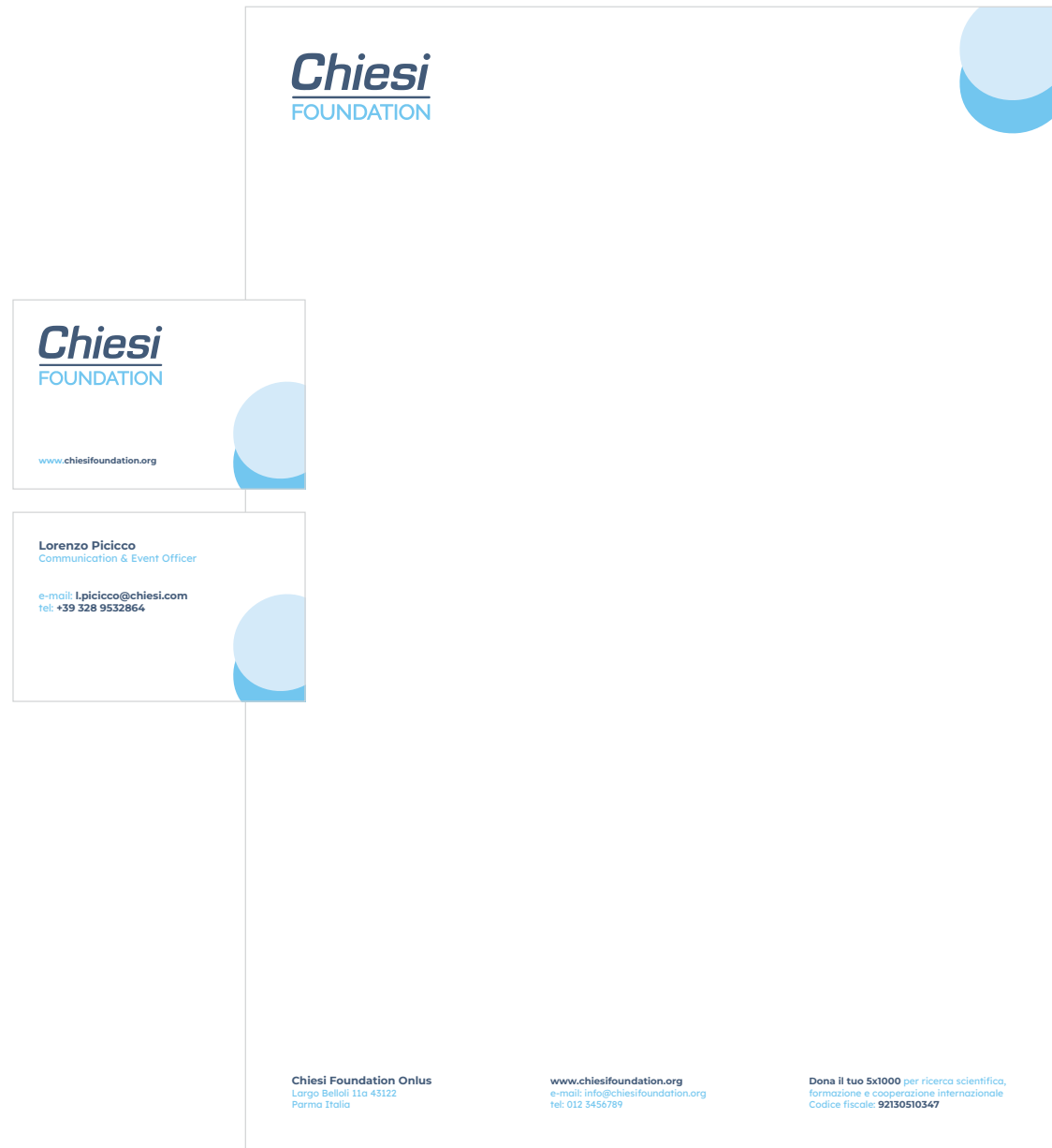
They are available as digital templates.

Elements such as the logotype, colours and typeface should be considered as the constants and should always be used on our communications.

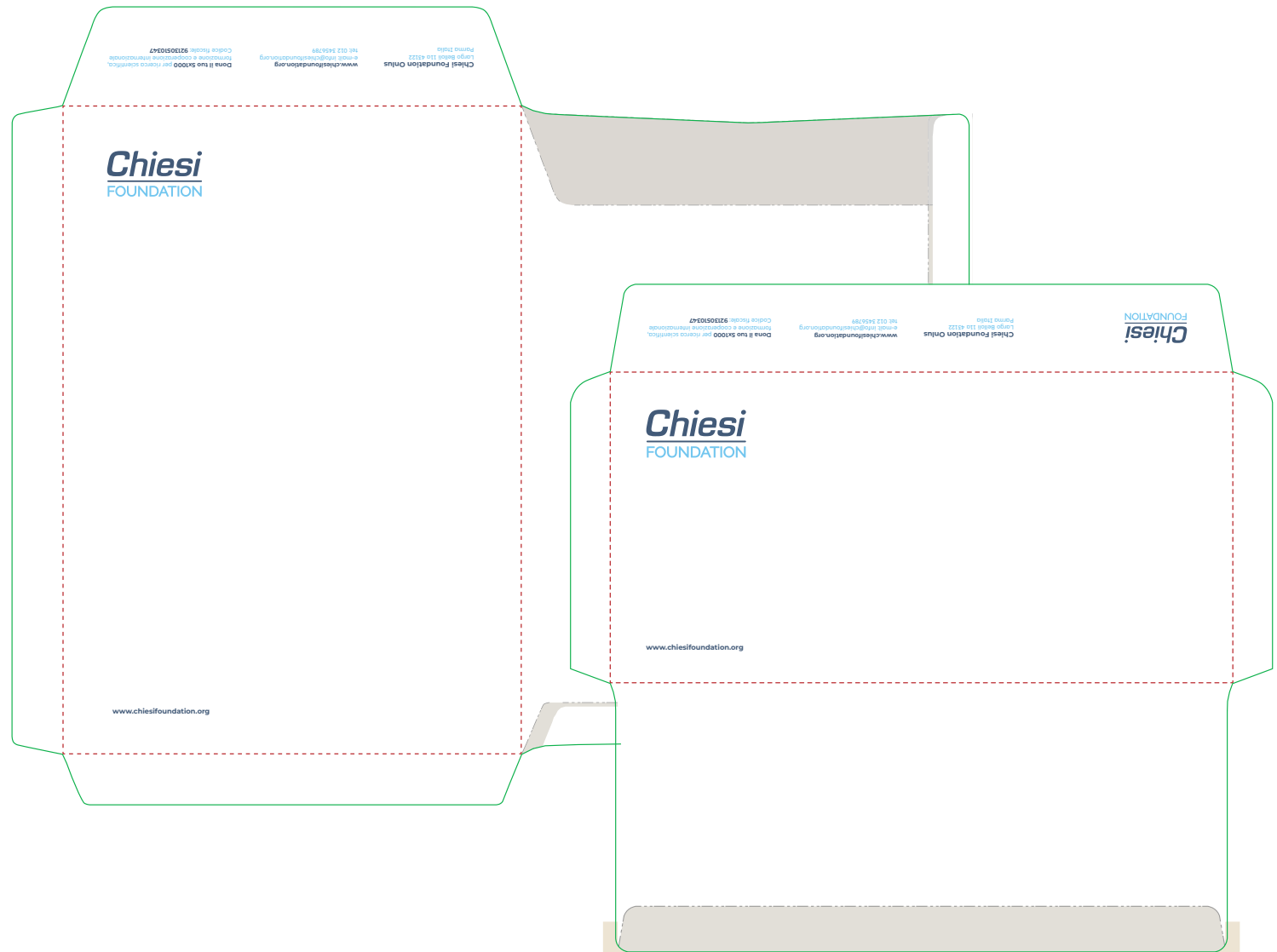
Remember, less is more: do not use too many elements or elements that do not work together.

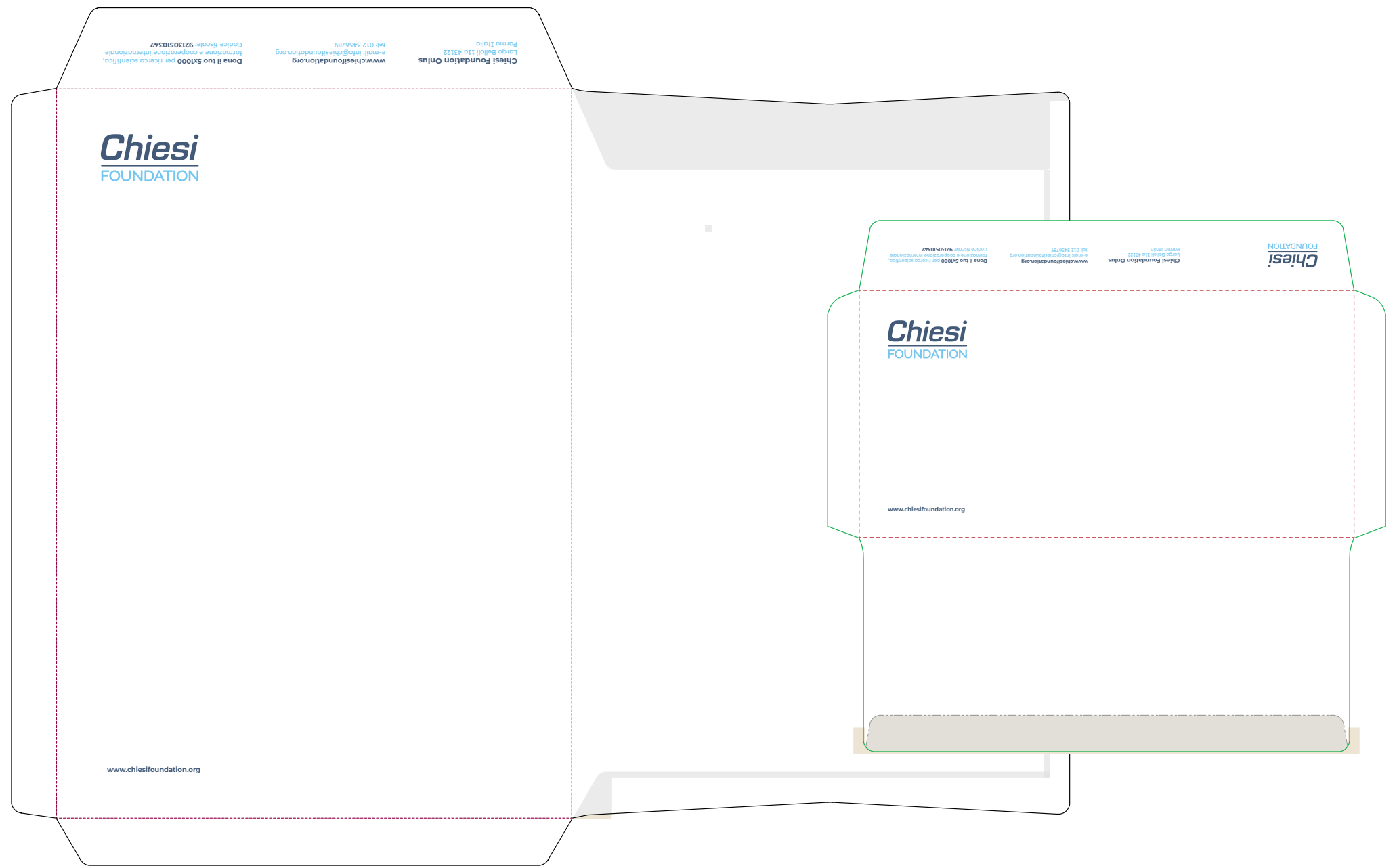
6.2

Letterhead and business card



6.3 Envelopes





6.4 Folder



6.5

Report cover and internal pages



Section 2 LE CADRE GLOBAL



SECTION 2 / LE CADRE GLOBAL

5

Début 2016, les Nations unies ont fixé 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) à l'horizon 2030 concernant le développement durable¹. L'ODD 3 - Garantir une vie saine et promouvoir le bien-être de tous à tout âge - vise de manière spécifique à mettre fin aux décès évitables de nouveau-nés et d'enfants de moins de cinq ans. Dans ce cadre, tous les pays doivent s'efforcer de réduire la mortalité néonatale à un niveau aussi bas que 12 pour 1 000 naissances vivantes d'ici 2030 (cible 3.2), ce qui ne peut être atteint que si les parties prenantes encouragent et renforcent les partenariats locaux (ODD 17).

Au fil des ans, des progrès significatifs ont été réalisés dans la réduction de la mortalité des enfants de moins de cinq ans. Toutefois, les progrès n'ont pas été aussi rapides en ce qui concerne la réduction du taux de mortalité néonatale (TMN). Les 28 premiers jours de vie - soit la période néonatale - correspondent à la période la plus vulnérable pour la survie d'un enfant. L'accouchement et la période qui suit immédiatement la naissance sont les étapes pendant lesquelles le risque de décès d'un nouveau-né est le plus élevé : 1 mil-

lion de bébés respirent pour la première et la dernière fois le jour de leur naissance. Une plus grande attention doit être accordée aux bébés prématurés, de petite taille et malades, qui sont les plus exposés aux risques de décès et d'invalidité.

Comme l'indique le rapport 2022 du Groupe inter-agences des Nations unies pour l'estimation de la mortalité infantile (UN IGME)², le TMN mondial a diminué de 51 % entre 1990 et 2021, ce qui correspond à une réduction de 37 à 18 décès pour 1 000 naissances vivantes. Malgré ces efforts, en 2021, environ 2,3 millions d'enfants sont morts au cours du premier mois de leur vie, soit environ 6 400 bébés par jour. Ces décès représentaient près de 47 % des décès d'enfants de moins de cinq ans survenus cette même année.

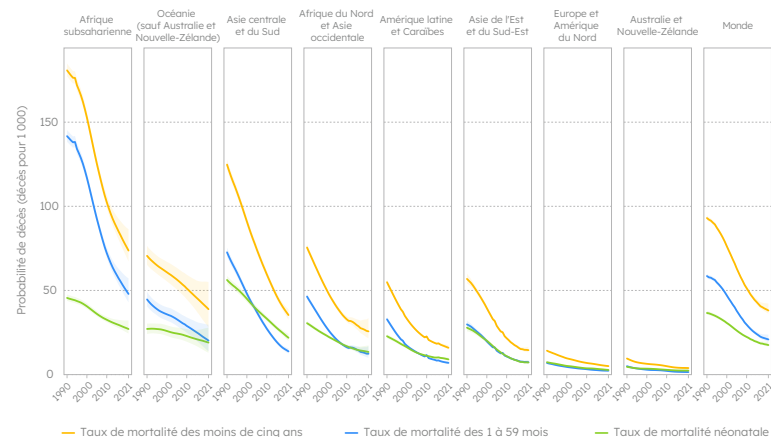
En outre, la survie des nouveau-nés se caractérise par d'importantes inégalités géographiques : alors que le TMN mondial en 2021 était de 18 décès pour 1 000 naissances vivantes, l'Afrique subsaharienne présentait le TMN le plus élevé au monde, avec 27 décès pour

² Groupe inter-agences des Nations unies pour l'estimation de la mortalité infantile, 2022. Niveau et tendances de la mortalité infantile. Rapport 2022. <https://childmortality.org/wp-content/uploads/2023/01/UN-IGME-Child-Mortality-Report-2022.pdf>



FIGURE 1.

Taux de mortalité des enfants de moins de cinq ans, âgés de 1 à 59 mois et des nouveau-nés, 1990-2021, UN IGME 2022



F. LIGNES DIRECTRICES ET PROTOCOLES

OBJECTIF : élaborer un ensemble de protocoles, de manuels et de lignes directrices pour les hôpitaux partenaires de NEST et leur réseau périnatal.

COMMENT : Il est important que la Fondation aide les hôpitaux partenaires de NEST et les autres établissements de soins de la région à élaborer des protocoles ou des procédures pratiques qui peuvent être résumés dans des tableaux et des schémas faciles à utiliser.

Pour ce faire, l'équipe locale doit classer les sujets par ordre de priorité en fonction de ce qui ressort de l'évaluation des besoins (nutrition, protection thermique, infections, etc.) et un ensemble d'indicateurs doit être élaboré pour chaque thème. Dans la mesure du possible, ce processus doit s'appuyer sur des lignes directrices internationales et des documents normalisés.

Pour harmoniser les politiques locales avec les lignes directrices internationales, la Fondation Chiesi collabore avec les parties prenantes locales (par exemple, l'Association néonatale africaine), afin de renforcer leur voix tout en plaidant en faveur des institutions.

3.2.2
Le Plan d'Action

La deuxième étape du modèle NEST est le Plan d'Action. Ce plan est une méthode structurée qui décrit les étapes nécessaires pour répondre aux besoins, aux écarts et aux défis identifiés lors de l'analyse des besoins pour chaque domaine. Il sert de feuille de route pour hiérarchiser et traiter les problèmes, et ensuite mettre en œuvre des solutions de manière systématique. Ci-après le cadre pour l'élaboration d'un plan d'action basé sur l'analyse des besoins :

1. Examiner les résultats de l'analyse des besoins

OBJECTIF : Comprendre les principaux aperçus et données recueillis dans l'analyse des besoins.

- ACTIONS** :
- Revoir le rapport et le résumé de l'analyse des besoins pour clarifier les problèmes ou les domaines nécessitant une attention.
 - Déterminer les besoins les plus pressants et leur accorder la priorité en fonction de facteurs tels que l'urgence, l'impact et les ressources requises.

2. Fixer des objectifs clairs, les résultats attendus et les activités pour élaborer les solutions

OBJECTIF : Définir ce qu'on veut atteindre en répondant aux besoins identifiés et décrire les interventions spécifiques pour le faire.

- ACTIONS** :
- Evaluer les interventions possibles pour répondre à chaque besoin prioritaire. Choisir des interventions fondées sur des données probantes, pratiques et durables.
 - Élaborer le Plan d'Action en établissant des objectifs SMART (Spécifique, Mesurable, Atteignable, Pertinent, Echéances).
 - Élaborer un ensemble d'activités qui permettront d'atteindre les objectifs et établir les résultats attendus de la mise en œuvre de ces activités.
 - Définir un calendrier réaliste pour la mise en œuvre des activités et fixer des délais clairs.

3. Identifier les ressources et les parties prenantes

OBJECTIF : Déterminer les ressources, le personnel et le soutien nécessaires pour mettre en œuvre le plan d'action.

- ACTIONS** :
- Identifier les principaux intervenants (p. ex., membres d'équipe, départements, partenaires externes) qui participent au processus de mise en œuvre.
 - Évaluer les ressources disponibles (budget, temps, matériel, compétences).
 - Identifier les écarts en matière de ressources et planifier leur acquisition.

3.2.3
Implémentation du Plan d'Action

Après l'élaboration du Plan d'Action, la troisième étape consiste en la mise en œuvre des activités et des stratégies qui y sont énoncées. Il est crucial de garantir une responsabilisation claire pour la mise en œuvre de chaque aspect du Plan d'Action :

- Commencer à exécuter les tâches, en veillant au respect des échéances et des responsabilités.
- Surveiller le processus de mise en œuvre pour s'assurer qu'il reste conforme aux objectifs généraux.
- Relever tout imprévu qui pourrait survenir pendant l'exécution.

Au cours de la mise en œuvre, il est essentiel de suivre en permanence les progrès du plan d'action et de l'ajuster au besoin, ainsi que de communiquer les progrès aux principales parties prenantes.

3.2.4
Suivi de qualité

Pour réaliser le Plan d'Action et atteindre les objectifs fixés, il est essentiel de garantir une amélioration continue par l'évaluation et le retour. Au cours de l'élaboration du Plan d'Action, il est important de créer un échéancier détaillé qui décrit les étapes clés, les délais et les mesures pour suivre les progrès. Cela permettra un suivi efficace du processus de mise en œuvre. Le **Suivi** consiste à recueillir des données sur les activités, les extrants et les résultats du projet afin d'évaluer les progrès réalisés vers l'atteinte des résultats attendus et objectifs. Il s'agit d'une activité continue en temps réel qui aide les équipes de projet à rester sur la bonne voie et à apporter les ajustements nécessaires au besoin.

- Voici les principaux éléments du suivi :
- **Indicateurs** : Définir des indicateurs mesurables qui reflètent les objectifs du projet. Ces critères peuvent être quantitatifs (p. ex., nombre de patients atteints) ou qualitatifs (p. ex., satisfaction des participants).
 - **Outils de collecte des données** : choisir les outils et méthodes appropriés pour la collecte des données (enquêtes, entrevues, groupes de discussion, observations, etc.).
 - **Fréquence** : Établir un calendrier pour la collecte des données (quotidienne, hebdomadaire, mensuelle, etc.).
 - **Responsabilité** : Attribuer des rôles pour la collecte, le rapport et l'analyse de données afin d'assurer la responsabilisation.
 - **Gestion des données** : Assurer le stockage, la gestion et l'analyse des données appropriés pour appuyer la prise de décision.

Une fois la mise en œuvre terminée, il est essentiel de procéder à une Evaluation. Ce processus consiste à évaluer les résultats et les impacts d'un projet ou d'un programme afin de déterminer son efficacité, sa pertinence et sa durabilité.

Les constatations découlant du processus de suivi et de l'évaluation fourniront aux intervenants des renseignements sur les pratiques exemplaires et les leçons apprises. Cette phase finale du suivi de qualité est appelée « Apprentissage ». Elle consiste à utiliser les données et les renseignements recueillis au cours du suivi et de l'évaluation pour améliorer la mise en œuvre future du projet. Cela garantit que les connaissances acquises au cours du projet sont intégrées dans les activités et les prises de décision futures.

6.6 T-shirt, hoodie and backpack







6.7 Advertising



*Tenti corporit
lat lab impore
nonsequ
aerferrum rae
sectibea qui*

Chiesi
FOUNDATION

**Hillecte maiora quis a veratiumqui atur,
sedipsae duci od est is eos ducimil iquatem.**

Dans ce contexte, la Fondation Chiesi a mis en œuvre le Modèle NEST - Neonatal Essential Survival Technology - depuis 2014. Il s'agit d'un programme à long terme visant à réduire la mortalité néonatale (de 0 à -28 jours) des bébés prématurés, d'un faible poids à la naissance ou malades dans les pays d'Afrique subsaharienne, en particulier dans les pays francophones.

Le Modèle NEST vise à fournir une méthodologie pratique pour résoudre les problèmes de mortalité et de morbidité, en commençant par identifier les obstacles à la qualité des soins aux nouveau-nés, en les analysant et en trouvant des solutions appropriées et durables. Il s'agit donc d'un guide pour traduire le cadre théorique en pratique.

CALL TO ACTION

chiesifoundation.org

TESTIMONY TEMPLATE



**Hillecte maiora quis a veratiumqui atur,
sedipsae duci od est is eos ducimil iquatem.**

Dans ce contexte, la Fondation Chiesi a mis en œuvre le Modèle NEST - Neonatal Essential Survival Technology - depuis 2014. Il s'agit d'un programme à long terme visant à réduire la mortalité néonatale (de 0 à -28 jours) des bébés prématurés, d'un faible poids à la naissance ou malades dans les pays d'Afrique subsaharienne, en particulier dans les pays francophones.

Le Modèle NEST vise à fournir une méthodologie pratique pour résoudre les problèmes de mortalité et de morbidité, en commençant par identifier les obstacles à la qualité des soins aux nouveau-nés, en les analysant et en trouvant des solutions appropriées et durables. Il s'agit donc d'un guide pour traduire le cadre théorique en pratique.

CALL TO ACTION

chiesifoundation.org



**Hillecte maiora quis a veratiumqui atur,
sedipsae duci od est is eos ducimil iquatem.**

Dans ce contexte, la Fondation Chiesi a mis en œuvre le Modèle NEST - Neonatal Essential Survival Technology - depuis 2014. Il s'agit d'un programme à long terme visant à réduire la mortalité néonatale (de 0 à -28 jours) des bébés prématurés, d'un faible poids à la naissance ou malades dans les pays d'Afrique subsaharienne, en particulier dans les pays francophones.

Le Modèle NEST vise à fournir une méthodologie pratique pour résoudre les problèmes de mortalité et de morbidité, en commençant par identifier les obstacles à la qualité des soins aux nouveau-nés, en les analysant et en trouvant des solutions appropriées et durables. Il s'agit donc d'un guide pour traduire le cadre théorique en pratique.

CALL TO ACTION

chiesifoundation.org

TESTIMONY TEMPLATE - SECONDARY COLOUR



INSIEME
per migliorare
l'accesso alle
cure di qualità

Chiesi
FOUNDATION

**Hillecte maiora quis a veratiumqui atur,
sedipsae duci od est is eos ducimil iquatem.**

Dans ce contexte, la Fondation Chiesi a mis en œuvre le Modèle NEST - Neonatal Essential Survival Technology - depuis 2014. Il s'agit d'un programme à long terme visant à réduire la mortalité néonatale (de 0 à -28 jours) des bébés prématurés, d'un faible poids à la naissance ou malades dans les pays d'Afrique subsaharienne, en particulier dans les pays francophones.

Le Modèle NEST vise à fournir une méthodologie pratique pour résoudre les problèmes de mortalité et de morbidité, en commençant par identifier les obstacles à la qualité des soins aux nouveau-nés, en les analysant et en trouvant des solutions appropriées et durables. Il s'agit donc d'un guide pour traduire le cadre théorique en pratique.

CALL TO ACTION chiesifoundation.org

CAMPAIGN TEMPLATE



INSIEME
per migliorare
l'accesso alle
cure di qualità

Chiesi
FOUNDATION

**Hillecte maiora quis a veratiumqui atur,
sedipsae duci od est is eos ducimil iquatem.**

Dans ce contexte, la Fondation Chiesi a mis en œuvre le Modèle NEST - Neonatal Essential Survival Technology - depuis 2014. Il s'agit d'un programme à long terme visant à réduire la mortalité néonatale (de 0 à -28 jours) des bébés prématurés, d'un faible poids à la naissance ou malades dans les pays d'Afrique subsaharienne, en particulier dans les pays francophones.

Le Modèle NEST vise à fournir une méthodologie pratique pour résoudre les problèmes de mortalité et de morbidité, en commençant par identifier les obstacles à la qualité des soins aux nouveau-nés, en les analysant et en trouvant des solutions appropriées et durables. Il s'agit donc d'un guide pour traduire le cadre théorique en pratique.

CALL TO ACTION chiesifoundation.org

CAMPAIGN TEMPLATE - SECONDARY COLOUR



INSIEME per migliorare l'accesso alle cure di qualità

**Hillecte maiora quis a
veratiumqui atur, sedipsae
duci od est is eos.**

Dans ce contexte, la Fondation Chiesi a mis en œuvre le Modèle NEST - Neonatal Essential Survival Technology - depuis 2014. Il s'agit d'un programme à long terme visant à réduire la mortalité néonatale (de 0 à -28 jours) des bébés prématurés, d'un faible poids à la naissance ou malades dans les pays d'Afrique subsaharienne, en particulier dans les pays francophones.

Le Modèle NEST vise à fournir une méthodologie pratique pour résoudre les problèmes de mortalité et de morbidité, en commençant par identifier les obstacles à la qualité des soins aux nouveau-nés, en les analysant et en trouvant des solutions appropriées et durables. Il s'agit donc d'un guide pour traduire le cadre théorique en pratique.

CALL TO ACTION

chiesifoundation.org

TEXT TEMPLATE



INSIEME per migliorare l'accesso alle cure di qualità



**Hillecte maiora
quis a veratiumqui
atur, sedipsae duci
od est is eos.**

Dans ce contexte, la Fondation Chiesi a mis en œuvre le Modèle NEST - Neonatal Essential Survival Technology - depuis 2014. Il s'agit d'un programme à long terme visant à réduire la mortalité néonatale (de 0 à -28 jours) des bébés prématurés, d'un faible poids à la naissance ou malades dans les pays d'Afrique subsaharienne, en particulier dans les pays francophones.

Le Modèle NEST vise à fournir une méthodologie pratique pour résoudre les problèmes de mortalité et de morbidité, en commençant par identifier les obstacles à la qualité des soins aux nouveau-nés, en les analysant et en trouvant des solutions appropriées et durables. Il s'agit donc d'un guide pour traduire le cadre théorique en pratique.

CALL TO ACTION

chiesifoundation.org

TEXT TEMPLATE WITH ILLUSTRATION



INSIEME per migliorare l'accesso alle cure di qualità

**Hillecte maiora quis a
veratiumqui atur, sedipsae
duci od est is eos.**

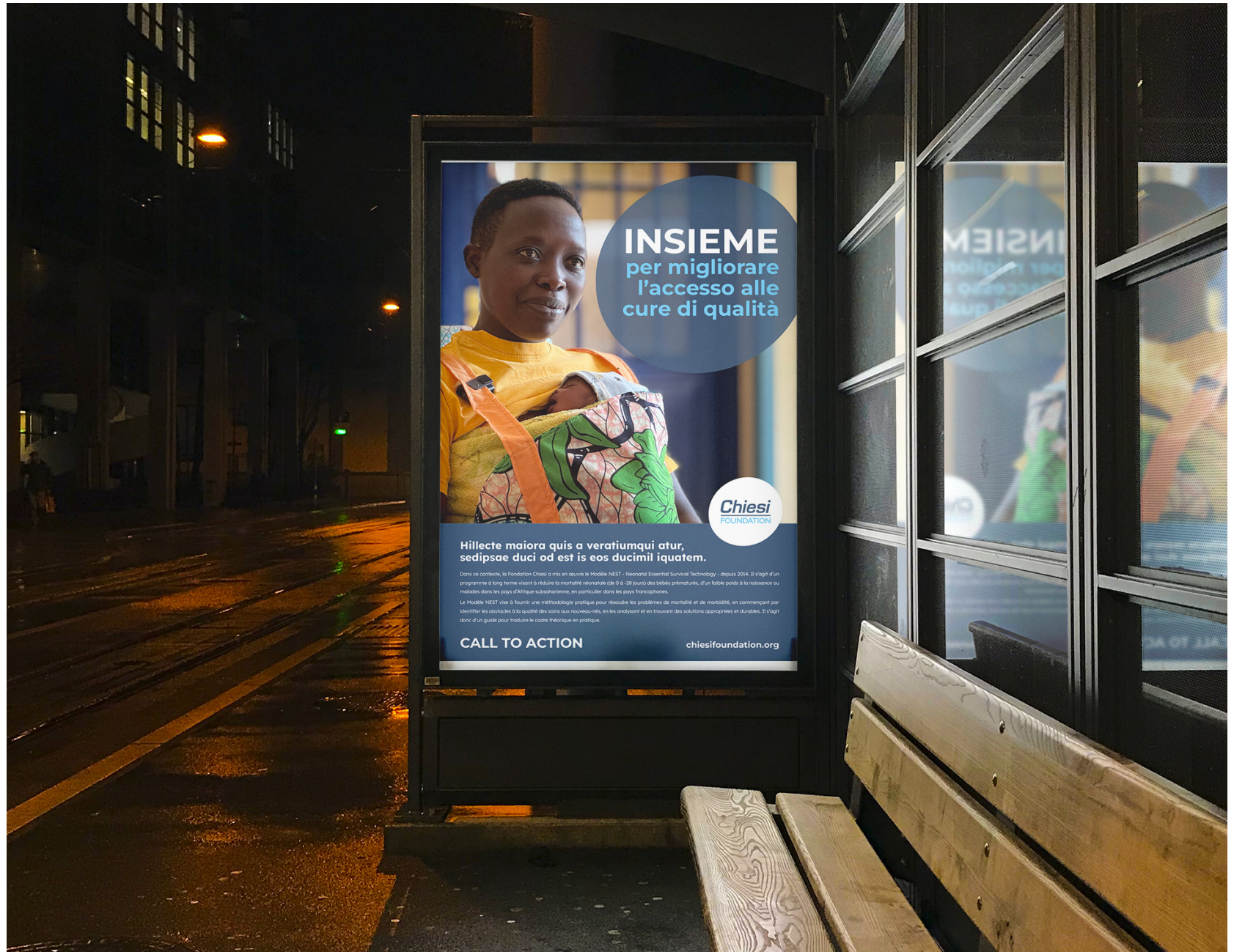
Dans ce contexte, la Fondation Chiesi a mis en œuvre le Modèle NEST - Neonatal Essential Survival Technology - depuis 2014. Il s'agit d'un programme à long terme visant à réduire la mortalité néonatale (de 0 à -28 jours) des bébés prématurés, d'un faible poids à la naissance ou malades dans les pays d'Afrique subsaharienne, en particulier dans les pays francophones.

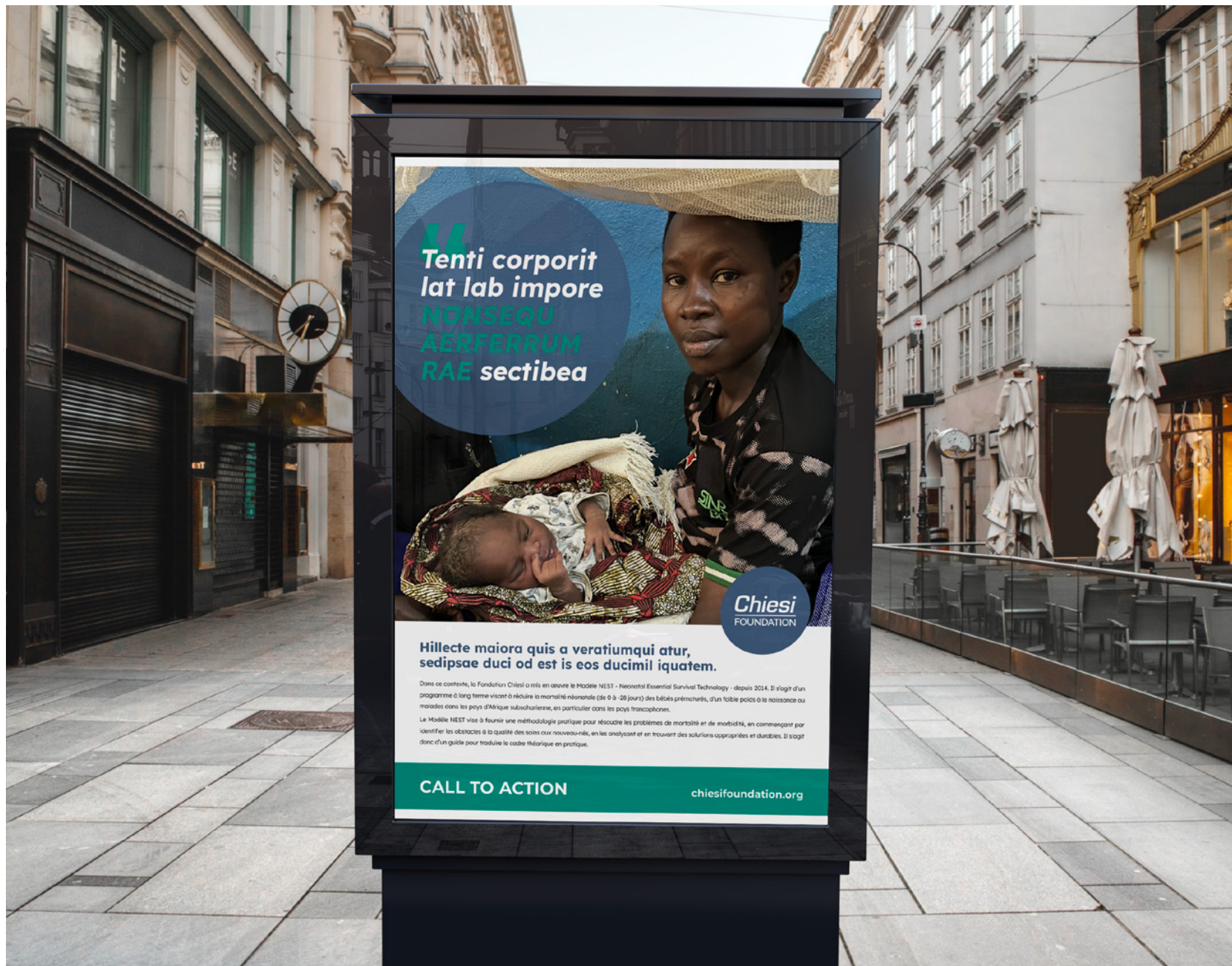
Le Modèle NEST vise à fournir une méthodologie pratique pour résoudre les problèmes de mortalité et de morbidité, en commençant par identifier les obstacles à la qualité des soins aux nouveau-nés, en les analysant et en trouvant des solutions appropriées et durables. Il s'agit donc d'un guide pour traduire le cadre théorique en pratique.

CALL TO ACTION

chiesifoundation.org

TEXT TEMPLATE - SECONDARY COLOUR





*Tenti corporit
lat lab impore
NONSEQU
AERFERRUM
RAE sectibea*

Chiesi
FOUNDATION

**Hillecte maiora quis a veratiumqui atur,
sedipsae duci od est is eos ducimil iquatem.**

Dans ce contexte, la Fondation Chiesi a mis en œuvre le Modèle NEST - Neonatal Essential Survival Technology - depuis 2014. Il s'agit d'un programme à long terme visant à réduire la mortalité néonatale (de 0 à 28 jours) des bébés prématurés, d'une faible poids à la naissance ou nés dans les pays d'Afrique subsaharienne, en particulier dans les pays transafricains.

Le Modèle NEST vise à fournir une méthodologie pratique pour résoudre les problèmes de mortalité et de morbidité, en commençant par identifier les obstacles à la qualité des soins aux nouveau-nés, en les analysant et en trouvant des solutions appropriées et durables. Il s'agit donc d'un guide pour traduire le cadre théorique en pratique.

CALL TO ACTION

chiesifoundation.org

6.8 Roll-up banner





**Tenti corporit
lat lab impore
NONSEQU
AERFERRUM
RAE sectibea**

Chiesi
FOUNDATION

Hillecte maiora quis a
veratiumqui atur, sedipsae duci
od est is eos ducimil iquatem.

CALL TO ACTION

chiesifoundation.org



**Tenti corporit
lat lab impore
NONSEQU
AERFERRUM
RAE sectibea**

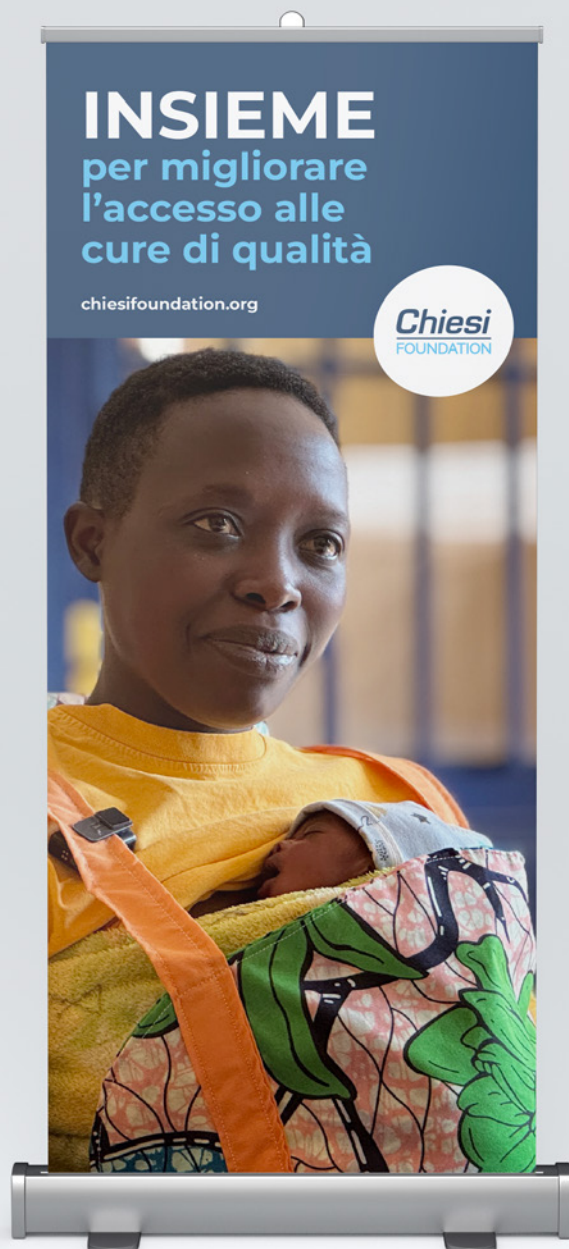
Chiesi
FOUNDATION

Hillecte maiora quis a
veratiumqui atur, sedipsae duci
od est is eos ducimil iquatem.

CALL TO ACTION

chiesifoundation.org





6.9 PowerPoint presentation

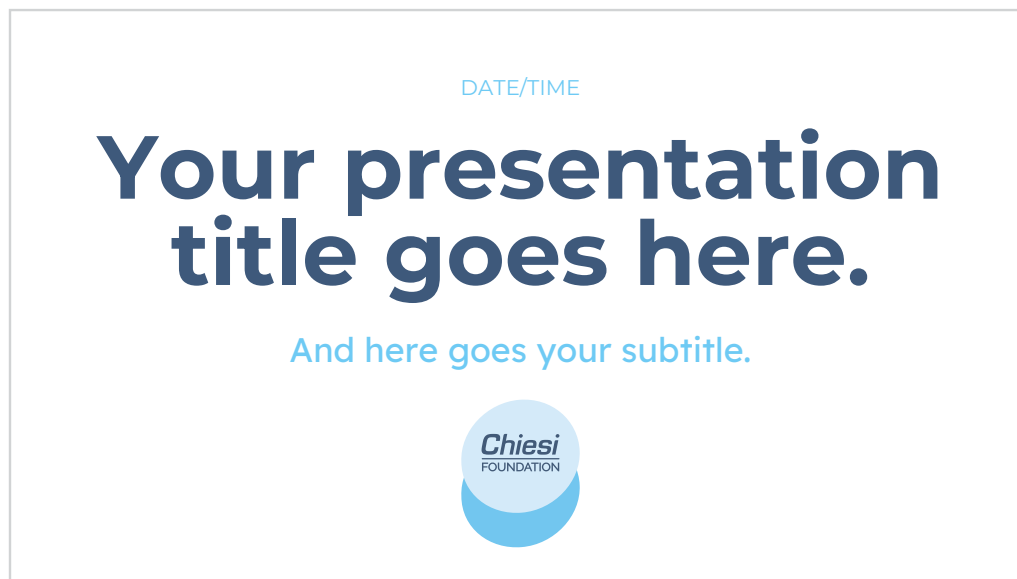


Table of contents

01

We will talk about this first.

02

We will talk about this second.

03

Then, we will talk about this.

04

After that we will talk about this.

05

We will also talk about this.

06

And we will talk about this last.

“

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

— Source

Bullet point list

- We will talk about this first.
- We will talk about this second.
- After that we will talk about this.
- And we will talk about this last.

Title/title of section

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



2,543,456

Add your text here.

Chiesi
FOUNDATION

14

This is our team



Erika V.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



John S.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



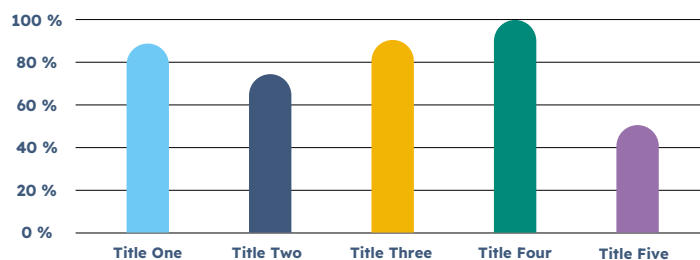
Marie M.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Chiesi
FOUNDATION

20

Chart title



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Chiesi
FOUNDATION

15

This is a timeline

2000

2005

2015

2019

2024

Subtitle One

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Subtitle Two

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Subtitle Three

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Subtitle Four

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Subtitle Five

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Chiesi
FOUNDATION

21

6.10 Social media square post



DATA TEMPLATE



DATA TEMPLATE - CF CIRCLE BLUE 100%



DATA TEMPLATE - CF CIRCLE BLUE 80%



TESTIMONY TEMPLATE



TESTIMONY TEMPLATE - SECONDARY COLOUR



CAMPAIGN TEMPLATE - SECONDARY COLOUR

INSIEME

per migliorare
l'accesso alle
cure di qualità

Hillecte maiora quis a
veratiumqui atur, sedipsae
duci od est is eos.

CALL TO ACTION



TEXT TEMPLATE

LET'S POINT IT OUT
WORLD PREMATURETY DAY



13.4

million babies
born premature
annually

Source of information or descriptive paragraph
about the problem and/or Chiesi Foundation's
effort and intervention

INTERNATIONAL DAY + MAP TEMPLATE

FACCIAMO IL PUNTO
GIORNATA MONDIALE DELLA PREMATURITÀ

13,4 milioni
di bambini
nati prematuri
ogni anno

Source of information or
descriptive paragraph
about the problem and/or
Chiesi Foundation's effort
and intervention



INTERNATIONAL DAY + MAP TEMPLATE - SECONDARY COLOUR

LET'S POINT IT OUT
WORLD PREMATURITY DAY

13.4
million babies
born premature
annually

Source of information or
descriptive paragraph
about the problem and/or
Chiesi Foundation's effort
and intervention



INTERNATIONAL DAY + MAP TEMPLATE - SECONDARY COLOUR

FACCIAMO IL PUNTO
GIORNATA MONDIALE
DELLA PREMATURITÀ



**13,4 milioni
di bambini
nati prematuri
ogni anno**

Source of information or
descriptive paragraph
about the problem and/or
Chiesi Foundation's effort
and intervention



INTERNATIONAL DAY + ICON TEMPLATE - SECONDARY COLOUR

FACCIAMO IL PUNTO
GIORNATA MONDIALE
DELLA PREMATURITÀ

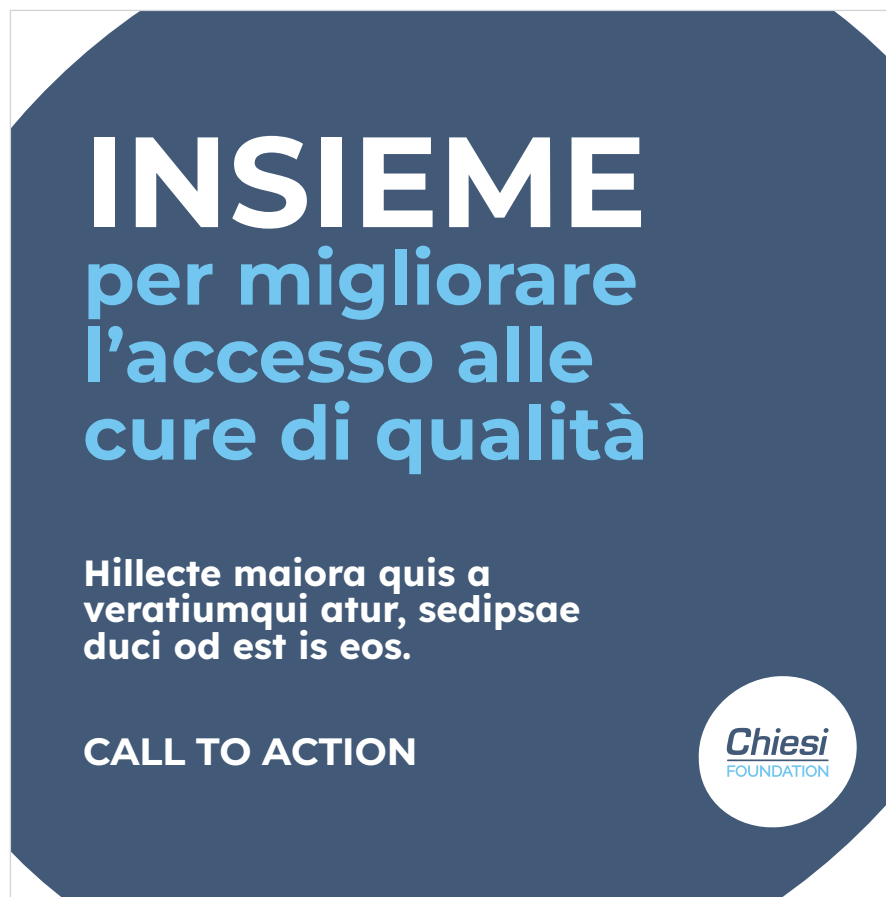


**13,4 milioni
di bambini
nati prematuri
ogni anno**

Source of information or
descriptive paragraph
about the problem and/or
Chiesi Foundation's effort
and intervention



INTERNATIONAL DAY + ICON TEMPLATE



ALTERNATIVE BACKGROUND TEMPLATE

6.11 Social media 9:16 story











INSIEME
per migliorare
l'accesso alle
cure di qualità

**Hillecte maiora quis a
veratiumqui atur, sedipsae
duci od est is eos.**

CALL TO ACTION

LET'S POINT IT OUT
WORLD PREMATURETY DAY

13.4
million babies
born premature
annually

Source of information
or descriptive
paragraph about the
problem and/or Chiesi
Foundation's effort
and intervention



FACCIAMO IL PUNTO
**GIORNATA MONDIALE
DELLA PREMATURITÀ**



**13,4 milioni
di bambini
nati prematuri
ogni anno**

Source of information or descriptive
paragraph about the problem and/
or Chiesi Foundation's effort and
intervention

LET'S POINT IT OUT
WORLD PREMATURITY DAY



**13.4
million babies
born premature
annually**

Source of information or
descriptive paragraph
about the problem and/or
Chiesi Foundation's effort
and intervention

FACCIAMO IL PUNTO
**GIORNATA MONDIALE
DELLA PREMATURITÀ**

Chiesi
FOUNDATION

**13,4 milioni
di bambini
nati prematuri
ogni anno**



Source of information or descriptive
paragraph about the problem and/
or Chiesi Foundation's effort and
intervention

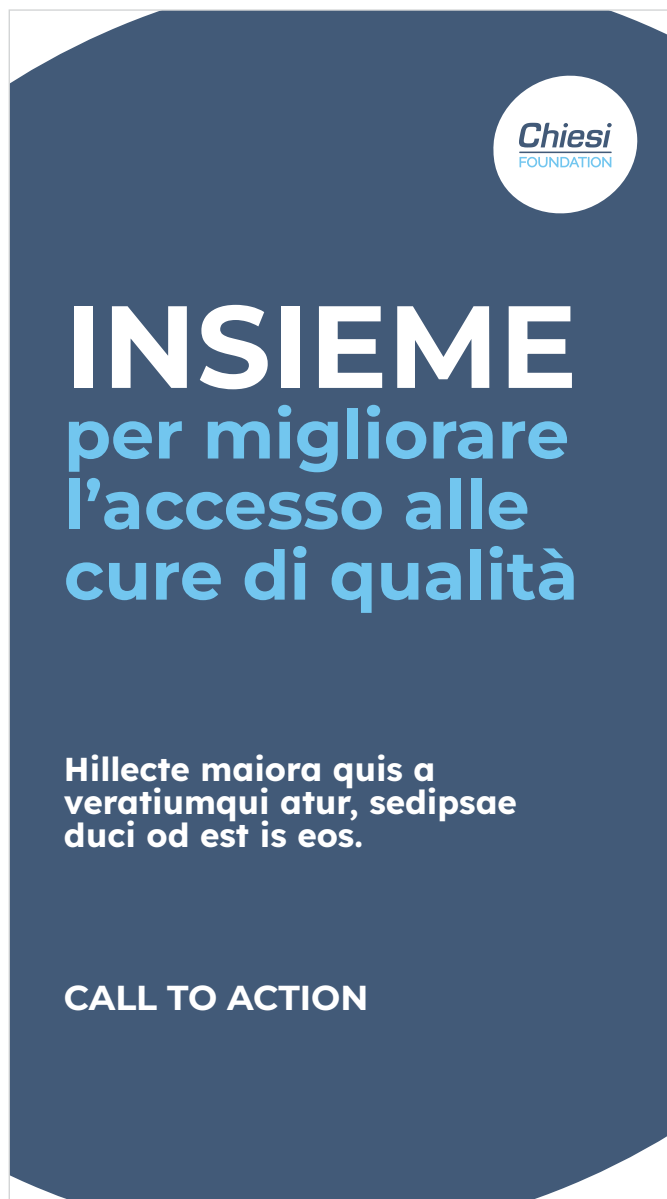
FACCIAMO IL PUNTO
**GIORNATA MONDIALE
DELLA PREMATURITÀ**

Chiesi
FOUNDATION

**13,4 milioni
di bambini
nati prematuri
ogni anno**



Source of information or descriptive
paragraph about the problem and/
or Chiesi Foundation's effort and
intervention



6.12 Video





info@chiesifoundation.org

www.chiesifoundation.org