

跨國藥廠賽諾菲推出全新品牌識別 凝聚信念致力創新 為病患帶來更多福祉

台北, 2月9日, 2022. 來自法國的跨國藥廠賽諾菲, 於今日發布了全新的企業品牌識別。新 Logo 靈感來自於科技業簡潔並極具動感的特色, 兩個紫色圓點象徵的是起點與終點, 起點意味賽諾菲富有好奇心並勇於突破現狀的精神; 終點則代表為病患找到創新解決方案後, 綻放生命光彩的時刻, 而這正呼應了賽諾菲追尋科學奇蹟的旅程。

身為一家引領全球的國際大藥廠, 賽諾菲已發展為多元化的全球醫療保健公司, 致力幫助人類應對健康挑戰, 將科學創新轉化為整合性醫療照護方案。此外, 賽諾菲除了在許多罕見疾病提供首見第一線藥物治療, 以及建立糖尿病和心血管疾病臨床標準治療外, 更矢志公共衛生承諾, 每年幫助數以百萬人類免於流感的侵害, 更在發炎性疾病的治療有了突破性創新。截至 2021 年底, 賽諾菲目前研發的藥物和疫苗臨床研發項目有 91 個之多, 其中 34 個處於三期臨床試驗或已交付法規審核。

賽諾菲於台灣深耕將近 40 年, 在新冠疫情嚴峻時, 確保病患持續獲得藥物治療, 去年更為 2000 多位病友提供創新藥品, 期間新藥證陸續被核准, 包括治療多發性骨隨瘤的藥物取得上市許可證, 以及治療中重度異位性皮膚炎的藥物也新增更多適應症, 這些都是賽諾菲積極為病患獲取更好藥物的成果。

而這次賽諾菲啟動全新品牌 logo, 賽諾菲執行長 Paul Hudson 表示:「在公司成立近半個世紀之際, 我們進行了歷史上最重要的轉型並與現代接軌。在 2019 年時, 我們推出了「Play to Win 全力爭勝」的策略, 利用創新平台, 致力於生產首創和最佳的藥物及疫苗, 給予患者更優質多元的治療選擇。此時的 brand 識別革新, 正如同我們與時俱進的醫學理念, 邁向未來並迎接嶄新的世代。」

賽諾菲香港及台灣區總經理林嘉莉表示, 「透過更具現代意象的設計, 賽諾菲的新 Logo 運用粗字體來表現立足國際藥廠的可靠形象, 堅持恪守專業、勇於突破創新; 而飽滿圓滑的字型, 猶如賽諾菲多元、包容且人性化的企業環境; 值得一提的是, 兩個紫色原點並非正圓形, 表現了即便作為全球性藥廠, 賽諾菲仍不忘謙虛為本的態度。」

不僅如此, 為凝聚專一信念, 使旗下品牌攜手實現共同願景, 本次大動作的識別翻新, 包含專注於疫苗研發生產的賽諾菲巴斯德和特殊醫藥的賽諾菲健臻, 以及賽諾菲所收購的品牌也將同步跟進, 讓多元繁茂的背景之下, 也能策略性的整合應用資源。在品牌視覺一致的背後, 代表著齊聚企業心力、推動突破創新, 造福病患且為人類健康帶來更多福祉。



新聞聯絡人：

禾風整合行銷 Pennie Chang 0930-997-620 penniechang.pump@gmail.com

賽諾菲 Irene Chou 0939-727-875 irene.chou@sanofi.com