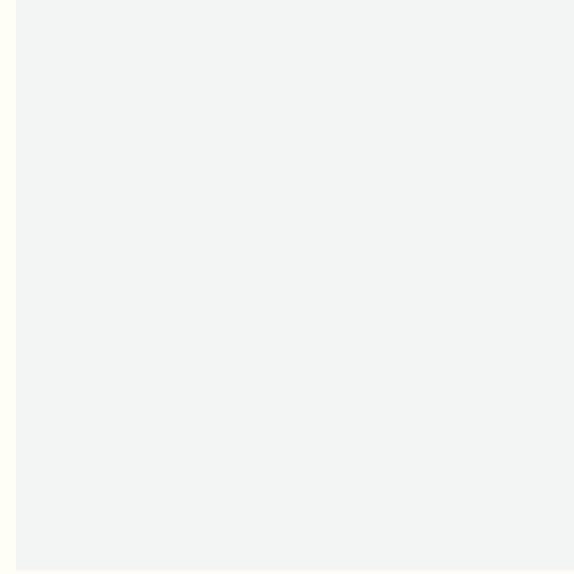
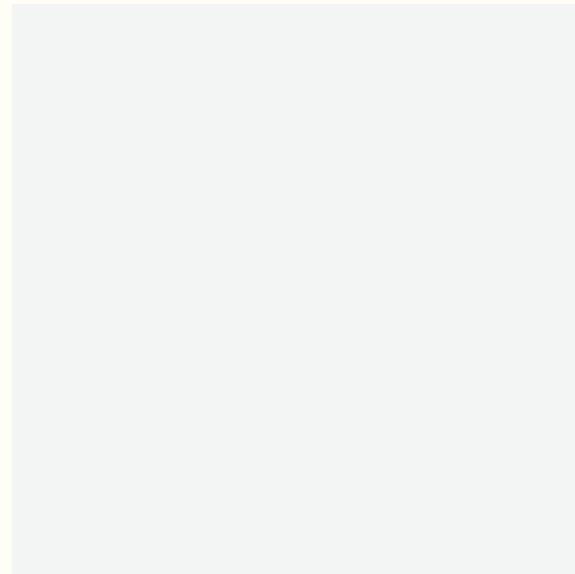


COPELAND



Normes de la marque Copeland : Europe

Guide d'utilisation de la marque pour les distributeurs, les grossistes et les partenaires de distribution

Table des matières

Présentation de l'entreprise_____	3
Famille des marques Copeland_____	4
Marques en transition_____	5
Directives de rebranding_____	6
Normes d'utilisation de la marque_____	7
Marques dans votre région_____	8
Utilisation de la marque Copeland_____	9
Erreurs à éviter_____	10
Utilisation de Copeland avec d'autres marques_____	11
Conseils pour le rebranding de vos supports marketing_____	12
Utilisation de la marque Verdant_____	13
Utilisation de la marque Vilter_____	14
Utilisation de la marque Cooper-Atkins_____	15
Ressources et prochaines mises à jour_____	16
Coordonnées et liens utiles_____	17

L'objectif du présent document est d'aider les distributeurs et les partenaires de distribution qui représentent ou commercialisent tout produit ou marque de la famille Copeland.

Il propose un aperçu détaillé de nos marques, et notamment de celles en transition dans le cadre du processus de transformation visant à créer une organisation autonome.

Si vous avez des questions sur les aspects abordés dans le présent document, veuillez contacter votre représentant commercial Copeland.

Présentation de l'entreprise

En juin 2023, avec le soutien de Blackstone Private Equity, Copeland s'est séparée d'Emerson pour devenir une toute nouvelle société autonome. Alors que nous poursuivons notre progression, nous sommes très fiers de notre héritage en tant que leader de la technologie CVC/R depuis plus de 100 ans. Mais aujourd'hui, nous sommes encore plus optimistes quant à l'avenir de la « nouvelle marque Copeland » que nous construisons.

Copeland souhaite contribuer à un monde meilleur en consacrant ses ressources, son expertise et son innovation pour créer de nouvelles solutions qui font la différence. Nous aidons les clients résidentiels, commerciaux et industriels à réduire leurs émissions de carbone et à améliorer leur rendement énergétique. Nos produits vont des compresseurs, groupes de réfrigération et des régulateurs, aux thermostats, services de surveillance et autres composants de systèmes CVC/R, tous éprouvés et approuvés par certaines des plus grandes marques mondiales.

Les pages suivantes résument les changements que nous apportons dans le cadre du rebranding de notre entreprise et de notre gamme de produits.



NOTRE VISION

Ensemble, nous créons des solutions durables qui améliorent les vies et protègent la planète, aujourd'hui et pour les générations futures.

Famille des marques Copeland

Notre stratégie et notre famille de marques évoluent maintenant que Copeland devient le nom de l'entreprise et la marque principale. En conséquence, tous les produits feront l'objet d'un changement de marque en 2024-2025. Certains présenteront un logo et une apparence actualisés, tandis que d'autres seront entièrement repositionnés sous la marque Copeland.

Cette page résume les marques qui continueront d'être commercialisées et vendues par Copeland, ainsi que leur rôle dans le portefeuille de produits.

Avec une famille de marques plus consolidée et connectée,

- notre offre est simplifiée et unifiée
- Les personnes extérieures à Copeland pourront plus facilement comprendre et découvrir nos produits
- Nos investissements marketing sont plus efficaces et efficaces

Marque principale

Copeland est le leader mondial des solutions de climatisation durables. Nos produits, notre expertise et notre innovation jouent un rôle essentiel dans l'aide que nous apportons à nos clients résidentiels, commerciaux et industriels afin d'améliorer leur rendement énergétique et de décarboniser le chauffage, la climatisation et la réfrigération à l'international.

Copeland joue un double rôle dans notre portefeuille. Il s'agit de la marque de l'entreprise, mais également de la marque des produits de compression, électroniques, de contrôles et de surveillance, sans oublier les solutions intégrées.

Marques endossées

Les marques de produits Sensi, Verdant, Vilter et White-Rodgers ont des associations fortes avec les acheteurs et les décideurs de leurs marchés, ainsi qu'une grande notoriété. L'apposition de la mention « par Copeland » à ces marques permet aux publics ne connaissant pas leurs liens avec nous de les identifier. Ce transfert de notoriété va dans les deux sens, ce qui contribue à développer à la fois Copeland et les marques de produits. Cela permettra également de générer une plus grande valeur cumulative pour l'ensemble de l'organisation.

Thermostats intelligents résidentiels et commandes de thermostats multiples pour les bâtiments commerciaux légers

Un système domotique domestique vendu exclusivement en Chine

Des thermostats intelligents qui maximisent le confort et les économies d'énergie

Compresseurs et systèmes pour des applications industrielles exigeantes

Thermostats, vannes, commandes et protections de système pour le chauffage, la climatisation et la réfrigération

Marque associée

Cooper-Atkins reste une marque autonome pour la gestion de la température dans les services alimentaires et conserve sa notoriété auprès des acheteurs d'équipement.

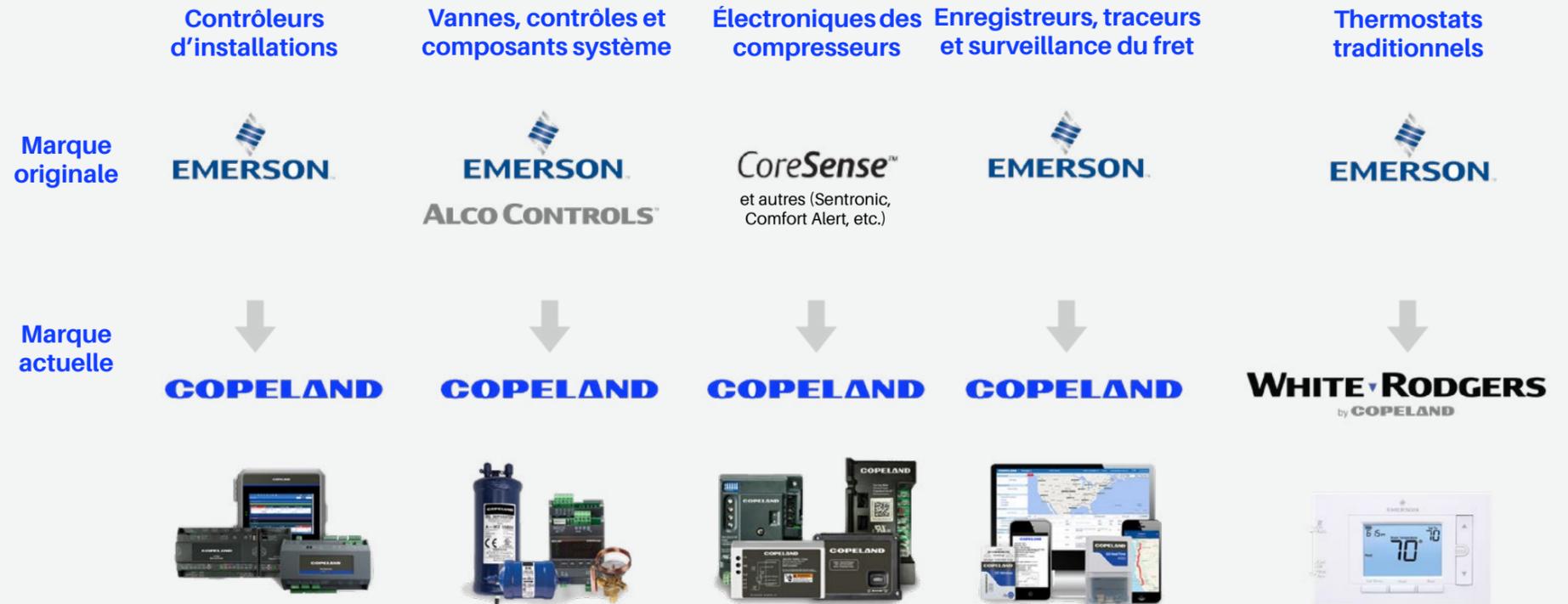
Il s'agit d'une vue complète de notre famille de marques. Toutefois, toutes nos marques ne sont pas distribuées dans le monde entier. Consultez la page [8](#) pour obtenir plus d'informations sur les marques de votre région.

Marques en transition

Marques retirées

Nous retirons un certain nombre de marques de notre portefeuille. La majorité d'entre elles migrent vers la marque Copeland pour aider à unifier nos gammes de compresseurs, de régulateurs, d'électronique, de logiciels et de système de contrôle autour d'une marque unique.

Nos thermostats traditionnels constituent une exception. Ces produits migrent d'Emerson à White-Rodgers.



Directives de rebranding

Intéressons-nous maintenant à vos salles d'exposition et votre site Web pour identifier des opportunités de remplacer l'ancienne image de marque par la nouvelle.

Tout matériel ou contenu contenant le nom ou le logo Emerson doit être supprimé ou actualisé avec le nom ou le nouveau logo Copeland, afin de représenter correctement l'image de marque de notre entreprise. De plus, le matériel ou le contenu contenant des marques de produits anciennes ou retirées doit être actualisé pour mettre en avant la nouvelle marque et/ou le nouveau logo. Consultez la page 8 pour comprendre l'évolution des marques dans votre région et obtenir les logos.

Nous vous remercions de nous accompagner dans le cadre de cette mise à jour dès que possible afin d'éviter toute confusion chez les clients.

Tenez compte des différents canaux, imprimés et numériques, qui doivent être actualisés. Voici quelques exemples :

- Sites Web
- Cartes de table
- Tapis de comptoir
- Affiches et bannières
- Contenu des écrans numériques
- Autocollants pour véhicules
- Annonces imprimées
- Merchandising en magasin

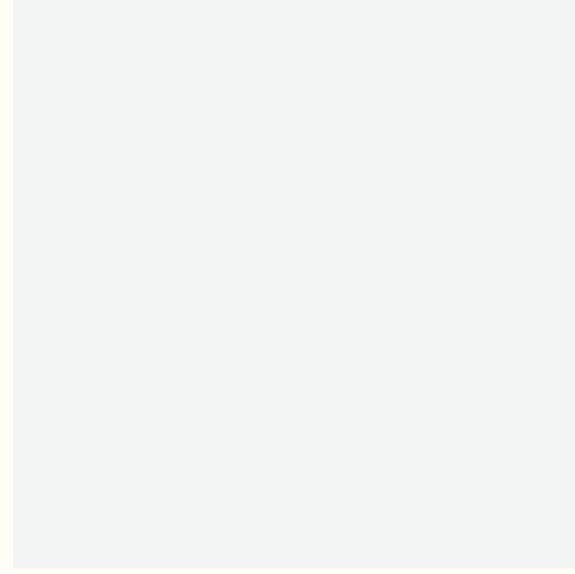
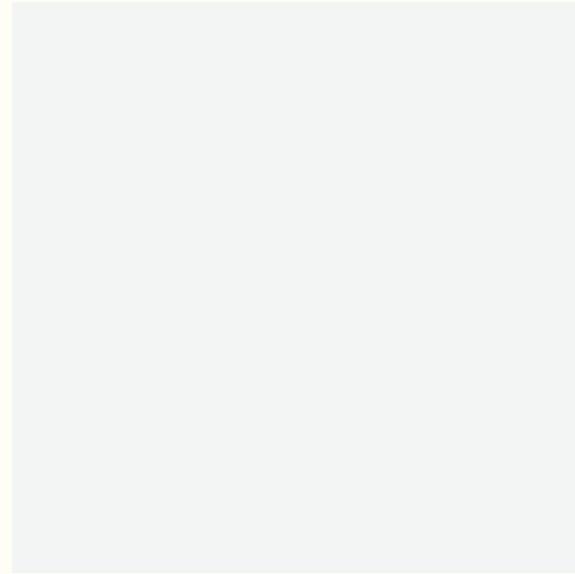
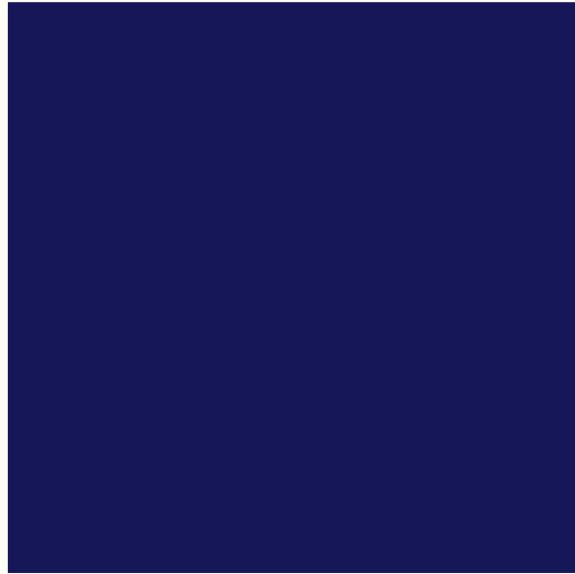
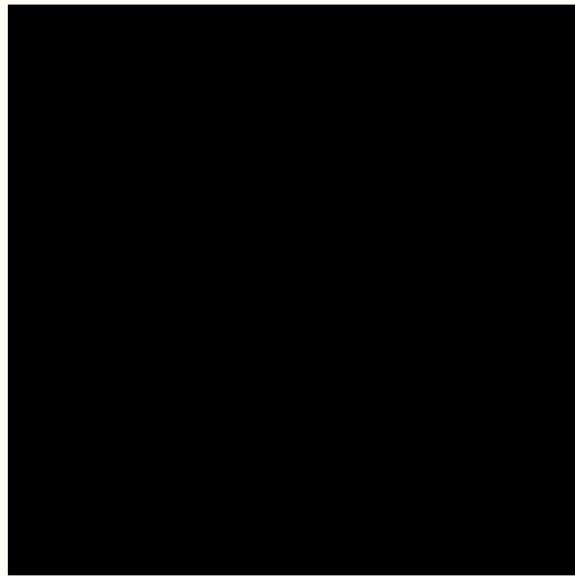
Pour bien commencer, occupez-vous des articles « faciles » tels que les bannières Emerson, les écrans vidéo, les drapeaux et autres affichages en magasin. Le retrait de ces derniers n'entraînera aucune confusion.

MARQUES OBSOLÈTES*

Les logos présentés sur cette page ne sont plus actifs ou autorisés. Si vous avez du matériel comportant ces marques, supprimez-le ou actualisez-le pour qu'il soit conforme à nos normes de marque.



*Représentation non exhaustive



Normes d'utilisation de la marque

Marques dans votre région

Assurez-vous d'étudier et de comprendre toute la gamme de produits qui s'appliquent à votre entreprise. Les normes d'utilisation de chaque marque sont décrites sur les pages suivantes. Les fichiers de logo peuvent être obtenus en visitant <https://www.copeland.com/fr-fr/campaign/aftermarket>.

Ces marques disparaissent progressivement et ne seront plus représentées dans le portefeuille de produits Copeland :

- Alco
- CoreSense (et l'électronique des compresseurs associée)
- Copeland
- ProAct

Europe

Les marques et produits suivants sont vendus par Copeland en Europe :

COPELAND

- Compresseurs
- Variateurs de fréquence
- Groupes de réfrigération
- Électroniques des compresseurs
- Contrôles et surveillance des installations
- Contrôles CVC et réfrigération
- Vannes, contrôles et composants système
- Enregistreurs, traceurs et surveillance du fret

VILTER
by **COPELAND**

VERDANT
by **COPELAND**

- Compresseurs industriels (à vis et à pistons)
- Pompes à chaleur industrielles
- Solutions de gestion des urgences

COOPER-ATKINS

- Dispositifs de mesure de la température
- Solutions de conformité
- Systèmes de surveillance sans fil pour la restauration

Utilisation de la marque Copeland

Le maintien d'un espace minimum autour de la marque garantit qu'elle est toujours claire et lisible. Ne laissez jamais d'autres éléments graphiques ou mots apparaître dans cette zone. Au minimum, l'espace libre autour du logo Copeland doit être égal à la hauteur du A en haut et en bas et à sa largeur à gauche et à droite. Il est préférable de prévoir davantage d'espace.

Les trois principales couleurs de la marque Copeland sont le bleu Copeland, le noir et le blanc cassé. Le logo Copeland peut uniquement être utilisé dans ces couleurs. Des valeurs ont été incluses pour faciliter la duplication des couleurs pour les écrans numériques et pour l'impression. Veuillez visiter <https://www.copeland.com/fr-fr/campaign/aftermarket> pour télécharger des logos et d'autres ressources.

Exigences en matière d'espace libre



Palette de couleurs Copeland

Blanc cassé	Bleu Copeland	Noir
VALEUR HEXADÉCIMALE #FFFEF5	VALEUR HEXADÉCIMALE #0F3CFF	VALEUR HEXADÉCIMALE #000000
RVB 255/254/245	RVB 15/60/255	RVB 0/0/0
PMS 9345 C 9345 U	PMS 2728 C 286 U	PMS BLACK 6 C BLACK 6 U
CMJN 0/0/3/0	CMJN 100/85/0/0	CMJN 0/0/0/100

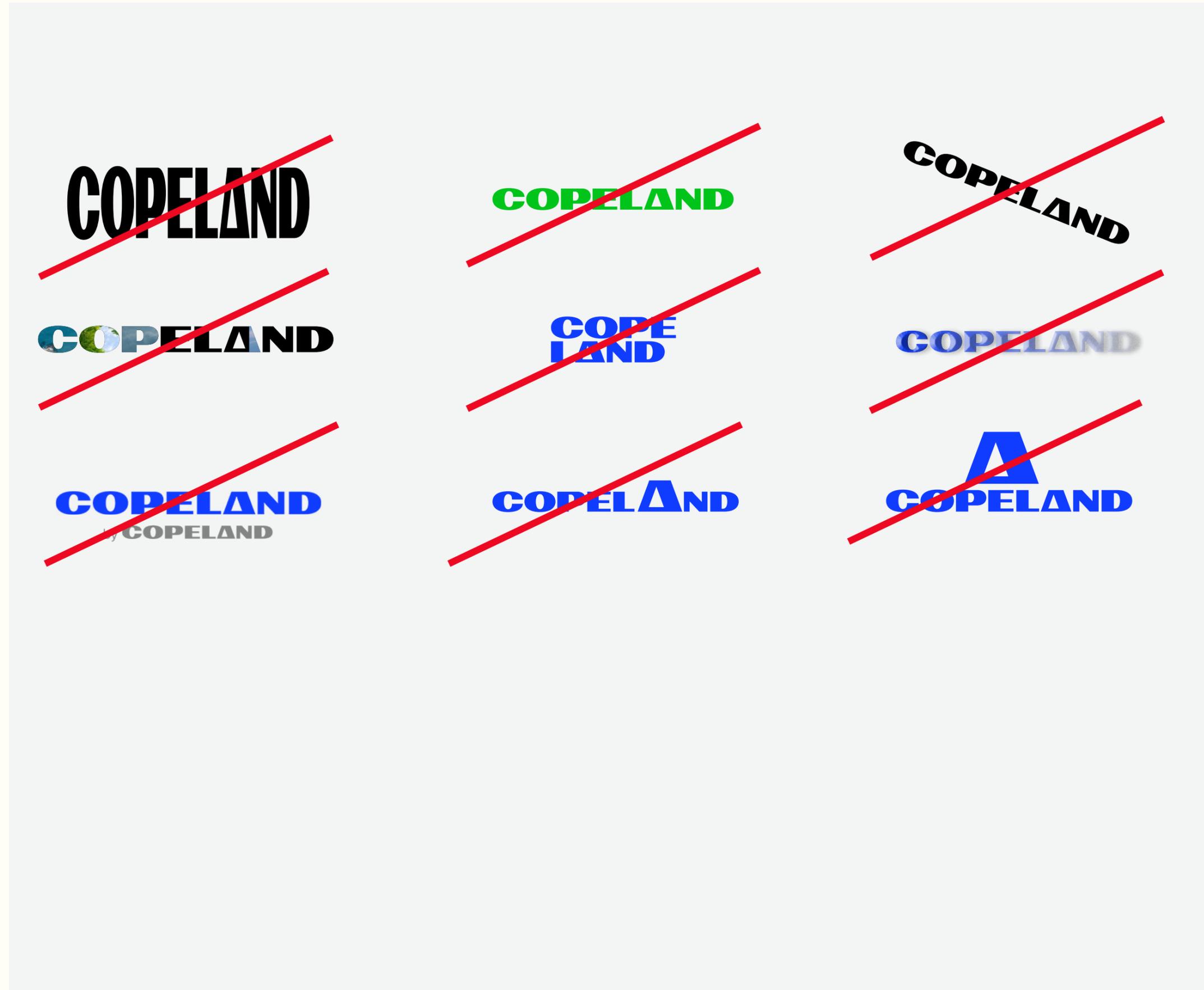
Erreurs à éviter

L'application et l'apparence du logo doivent rester cohérentes. Quelques erreurs courantes à éviter :

1. Ne pas étirer le logo.
2. Ne pas afficher le logo dans une couleur autre que celle qui figure sur la palette de couleurs Copeland.
3. Ne pas faire pivoter le logo.
4. Ne pas masquer les images dans le logo.
5. Ne pas couper le logo en deux ou plusieurs lignes.
6. Ne pas appliquer d'effets sur le logo.
7. Ne pas inclure la mention « par Copeland » auprès du logo Copeland. Contrairement à nos marques endossées, qui font exclusivement office de marques produits, la marque Copeland est également celle de notre entreprise. Elle ne doit jamais être accompagnée de la mention « par Copeland ».

Le symbole delta est un élément essentiel du logo Copeland. Symbole du changement, il souligne la transformation de l'organisation en leader du développement durable. Le delta ne doit être utilisé qu'à des fins utiles ; une utilisation excessive diluera l'impact du symbole. Voici quelques erreurs fondamentales à éviter :

1. Ne pas utiliser le symbole delta comme symbole de la marque.
2. Ne pas agrandir le delta par rapport au reste du logo.
3. Ne pas utiliser le delta en tant que symbole pour le wordmark.



Utilisation de Copeland avec d'autres marques

Afin de communiquer clairement avec nos clients communs, il est essentiel de bien utiliser l'image de marque de votre entreprise et le logo Copeland dans des dispositions où les deux apparaissent à proximité l'un de l'autre.

Le logo de votre entreprise doit toujours être plus grand que le logo Copeland lors de la création de supports marketing faisant la promotion de Copeland ou de nos marques de produits.

N'utilisez pas le logo Copeland à d'autres fins que la promotion des produits Copeland que vous êtes autorisé à représenter. De plus, veuillez respecter les exigences en matière d'espace libre et de taille minimale spécifiées dans le présent document.

Lorsque vous faites la promotion de produits Copeland aux côtés d'autres marques que vous vendez, assurez-vous que la taille du logo Copeland est au moins égale à celle des autres. Le logo Copeland peut être plus grand, mais ne doit jamais être plus petit que les autres marques.

Lorsque vous utilisez votre logo et celui de Copeland ensemble, la configuration côte à côte est préférée, afin d'éviter toute confusion sur la relation entre nos marques. Optez pour la disposition empilée alternative uniquement lorsque des contraintes d'espace ou de taille l'exigent. Assurez-vous alors de respecter les normes d'espace libre ([page 9](#)).

Copeland et le logo de votre entreprise

Configuration côte à côte (préférée)



Taille et mise en page correctes du logo Copeland et de la marque de votre entreprise. Un espace libre minimum de deux fois la largeur du delta doit être respecté entre votre logo et le Logo Copeland.

Configuration empilée (alternative)



Si vous devez opter pour une disposition empilée, une description de la relation doit être incluse (p. ex. : « Distributeur des produits Copeland. »). En respectant l'exigence d'espace libre égale à un delta au-dessus de la description et autour des côtés du logo Copeland, vous garantissez la bonne visibilité des deux logos.

Copeland avec d'autres produits ou marques concurrentes



Si possible, la longueur des logos les plus longs ne doit pas être deux fois supérieure à celle du logo Copeland.



Si possible, la hauteur des logos les plus hauts ne doit pas être deux fois supérieure à celle du logo Copeland.

Conseils pour le rebranding de vos supports marketing

Aidez-vous des exemples visibles sur cette page lors du repositionnement de vos contenus avec nos nouveaux logos. Il est important de placer et de dimensionner correctement les logos. Vous devez également mettre à jour la marque sur les supports marketing créés par votre entreprise ou sur les supports à deux marques fournis par Copeland.

Gardez les éléments suivants à l'esprit :

1. Ne pas incorporer d'éléments dont l'apparence n'est pas cohérente avec la marque Copeland sur vos supports marketing.
2. Ne pas tenter d'utiliser le symbole delta.
3. Des exemples de contenus rédactionnels sont présentés sur la droite. Toutefois, les mêmes règles s'appliquent aux actifs promotionnels, à la signalisation, à l'image de marque d'un événement et à d'autres formes de contenu marketing.

Contenu marketing du distributeur mettant en avant une marque produit

Placez le logo Copeland ou le logo endossé pertinent en retrait par rapport à la marque de votre entreprise : en bas de page si votre logo se trouve en haut, ou à droite de votre logo si les deux marques sont côte à côte. Dans les deux cas, votre logo doit être le plus grand de la page.

Contenu marketing mentionnant deux marques

Lorsque vous mentionnez deux marques sur les supports fournis par Copeland, identifiez les zones les plus dégagées pour y placer le logo de votre entreprise. On les trouve généralement en bas de page. Assurez-vous qu'il y a suffisamment d'espace entre vos informations et toute autre marque qui apparaissant sur le support.

Exemple mettant en avant plus d'une marque produit

Lorsque vous faites la promotion de plus d'un produit de la famille des marques Copeland, assurez-vous d'utiliser le logo endossé, de conserver l'échelle et de les classer par ordre alphabétique.

Conseil : la première lettre de chaque logo doit être de la même taille.

Par exemple, la hauteur du « S » de Sensi doit être la même que celle du « W » de White-Rodgers.

Ressources et prochaines mises à jour

La mise en place de notre nouvelle marque et de toutes les directives à l'appui entraînera un effort continu en 2024 et 2025. Veuillez noter que ce document est le premier d'une série de trois normes de marque que nous diffuserons auprès de nos partenaires de distribution.

Le service Marketing de Copeland élabore actuellement de nouvelles normes. Nous vous informerons dès que les informations et/ou les supports seront disponibles.

Normes d'information sur les produits

Orientations sur les listes de catégories et les noms de produits pour répondre aux exigences de votre base de données produits pour le web/e-commerce

Prévues pour l'automne 2024

Images de produits repositionnés

Mise à jour de la bibliothèque d'images de produits pour refléter notre nouvelle image de marque

Prévues pour l'automne 2024

Normes de marketing en point de vente et en ligne

De nouvelles normes de conception et de nouveaux modèles pour soutenir vos initiatives de marketing et de promotion des produits Copeland. Elles comprendront la signalisation des magasins, des kiosques, du merchandising des comptoirs et des étagères, des bannières de sites Web et le contenu de la page d'accueil, le contenu des moniteurs numériques et vidéo, la publicité, les médias sociaux et l'orientation pour d'autres besoins de marketing local

Prévues pour le printemps 2025

Coordonnées et liens utiles

Nos normes de marque sont destinées à répondre aux questions et aux besoins les plus courants, mais ne sauraient correspondre à toutes les situations. Si vous êtes confrontés à un cas particulier ou si vous avez une question qui nécessite une attention particulière, veuillez contacter votre représentant commercial pour obtenir de l'aide.

Pour plus d'informations sur notre processus de rebranding, veuillez visiter <https://www.copeland.com/fr-fr/brands>.

Vous pouvez également visiter <https://www.copeland.com/fr-fr/campaign/aftermarket> pour télécharger des logos et d'autres ressources.