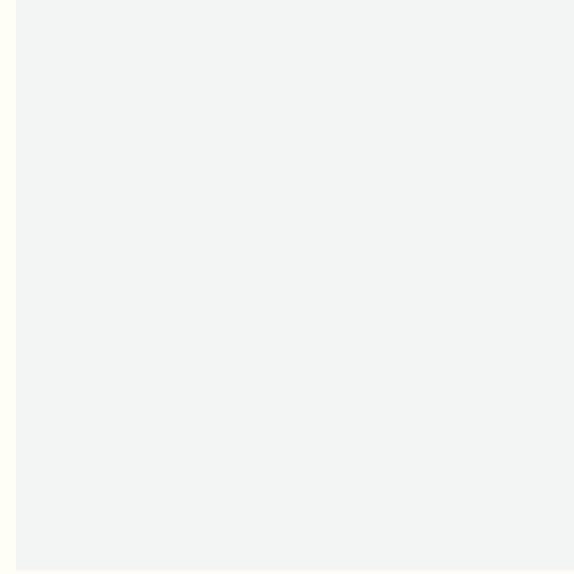
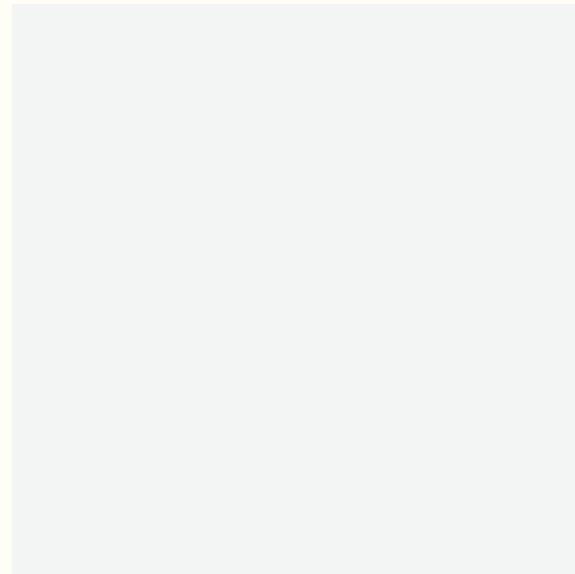




COPELAND



Standard del marchio Copeland: Europa

Una guida all'utilizzo del marchio per distributori, grossisti e partner

Sommario

Panoramica dell'azienda_____	3
La famiglia dei marchi Copeland_____	4
Marchi in transizione_____	5
Linee guida per il rebranding_____	6
Standard di utilizzo dei marchi_____	7
Marchi nell'area di appartenenza_____	8
Utilizzo del marchio Copeland_____	9
Errori da evitare_____	10
Utilizzo di Copeland insieme ad altri marchi_____	11
Suggerimenti per il rebranding del materiale di marketing_____	12
Utilizzo del marchio Verdant_____	13
Utilizzo del marchio Vilter_____	14
Utilizzo del marchio Cooper-Atkins_____	15
Risorse e altri aggiornamenti in arrivo_____	16
Informazioni di contatto e link utili_____	17

Lo scopo del presente documento è assistere i distributori e i partner che rappresentano o commercializzano prodotti o marchi della famiglia Copeland.

Il documento intende offrire una panoramica dettagliata dei nostri marchi, compresi quelli in fase di transizione nell'ambito del processo di trasformazione in organizzazione autonoma.

In caso di domande relative a quanto qui trattato, contattare il proprio venditore di riferimento Copeland di fiducia.

Panoramica dell'azienda

Nel giugno del 2023, con il supporto del fondo di private equity Blackstone, Copeland si è separata da Emerson ed è diventata una società autonoma di nuova creazione. Preserviamo e celebriamo con grande orgoglio la nostra eredità di leader della tecnologia HVAC/R da più di 100 anni, ma siamo ancora più ottimisti riguardo al futuro e al "nuovo marchio Copeland" che stiamo costruendo.

Copeland investe nel progresso del nostro mondo concentrando risorse, competenze e innovazione per creare nuove soluzioni in grado di fare la differenza. Aiutiamo i clienti residenziali, commerciali e industriali a ridurre le emissioni di carbonio e migliorare l'efficienza energetica. I nostri prodotti spaziano da compressori, unità condensanti e controllori, a termostati, sistemi di monitoraggio e altri componenti dei sistemi HVAC/R, tutti ampiamente collaudati e apprezzati da alcuni dei marchi leader a livello mondiale.

Nelle pagine che seguono sono riepilogate le modifiche che stiamo apportando nella fase corrente di rebranding della nostra azienda e del portafoglio di prodotti che offriamo.



LA NOSTRA FILOSOFIA

Insieme creiamo soluzioni sostenibili che migliorano la vita e proteggono il pianeta, oggi e per le generazioni future.

La famiglia dei marchi Copeland

Ora che Copeland è diventato il nome dell'azienda e il marchio principale, le strategie che adottiamo per il marchio e per la nostra famiglia di marchi sono in piena evoluzione. La conseguenza è un cambio di marchio di tutti i prodotti da completare nel periodo 2024-2025. Alcuni di questi subiranno modifiche nel logo e nell'aspetto, mentre altri saranno semplicemente rimarchiati come Copeland.

In questa pagina sono presentati in breve i marchi che continueranno a essere commercializzati e venduti da Copeland e il ruolo che questi assumono all'interno del portafoglio di prodotti.

Con una famiglia di brand più consolidata e connessa:

- La nostra offerta si semplifica
- Chi non fa parte di Copeland può capire e comprendere più facilmente come sono organizzati i nostri prodotti
- Il nostro investimento in marketing diventa più efficiente ed efficace

Marchio principale

Copeland è leader globale nelle soluzioni di climatizzazione sostenibili. I nostri prodotti, la nostra esperienza e l'innovazione svolgono un ruolo fondamentale nell'aiutare i clienti del residenziale, commerciale e industriale a migliorare l'efficienza energetica e a decarbonizzare il riscaldamento, il raffreddamento e la refrigerazione a livello globale.

Copeland assume un duplice ruolo nell'ambito del nostro portfolio. È il marchio dell'azienda e anche il marchio dei prodotti per la compressione, l'elettronica, controllori, il monitoraggio e le soluzioni integrate.

Marchi approvati

I marchi dei prodotti Sensi, Verdant, Vilter e White-Rodgers possono vantare forti associazioni e attrattiva presso acquirenti e decisori nei mercati di competenza. L'aggiunta di "by Copeland" a questi marchi consente al pubblico che non sa che esiste una relazione di creare un'associazione tra i marchi. In tal modo si ottiene un trasferimento del patrimonio di credibilità in entrambe le direzioni, contribuendo a costruire sia il marchio di Copeland che dei prodotti e generando maggiore valore cumulativo per l'intera organizzazione.

Termostati intelligenti residenziali e controlli a più termostati per edifici commerciali di piccole dimensioni

Un sistema per il comfort domestico venduto esclusivamente in Cina

Termostati intelligenti che ottimizzano comfort e risparmio energetico

Compressori e sistemi per le applicazioni industriali più complesse

Termostati, valvole, controllori e protezioni dei sistemi per riscaldamento, condizionamento e refrigerazione

Marchi associati

Cooper-Atkins resta un marchio autonomo per la gestione della temperatura nel settore della ristorazione, mantenendo la sua credibilità presso gli acquirenti di apparecchiature.

Questa è una visione d'insieme della nostra famiglia di marchi, tuttavia non tutti i nostri marchi sono disponibili in tutto il mondo. Per ulteriori informazioni sui marchi nella propria area geografica, consultare la pagina [8](#).

Marchi in transizione

Marchi ritirati

Stiamo ritirando alcuni dei marchi del nostro portafoglio. La maggior parte di questi sta migrando verso il marchio Copeland, al fine di unificare i nostri compressori, controlli, elettronica, software e dispositivi di monitoraggio sotto un unico marchio.

I termostati tradizionali sono un'eccezione. Questi prodotti stanno migrando da Emerson a White-Rodgers.



Linee guida per il rebranding

È necessario controllare i propri showroom e siti Web per individuare i vecchi marchi e sostituirli con i nuovi.

Tutto il materiale o contenuto che riporta il nome o il logo Emerson deve essere rimosso o aggiornato con il nome Copeland o con il nuovo logo, allo scopo di rappresentare correttamente il marchio della nostra azienda. Inoltre, il materiale o il contenuto che riporta marchi di prodotti vecchi o ritirati deve essere aggiornato in modo da riportare il marchio e/o il logo nuovo. Per informazioni su quali marchi devono essere utilizzati nella propria area geografica e su come accedere al file del logo corrispondente, fare riferimento alla pagina [8](#).

Apprezziamo l'aiuto che tutti vorranno offrirci nell'effettuare questi aggiornamenti il prima possibile, per evitare di creare confusione con i clienti.

È opportuno estendere la verifica a tutto il materiale, sia cartaceo che digitale, che potrebbe richiedere un aggiornamento. Di seguito sono riportati alcuni esempi:

- Siti Web
- Segnaposto
- Tappetini per mouse
- Poster e banner
- Contenuti su monitor digitali
- Adesivi per veicoli
- Annunci stampati
- Merchandising in negozio

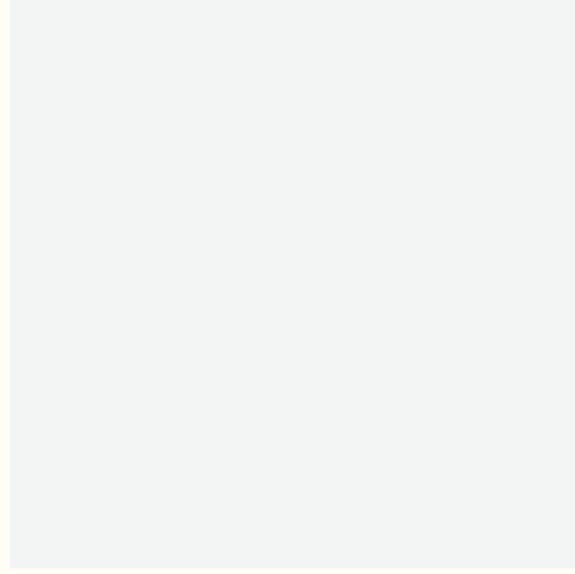
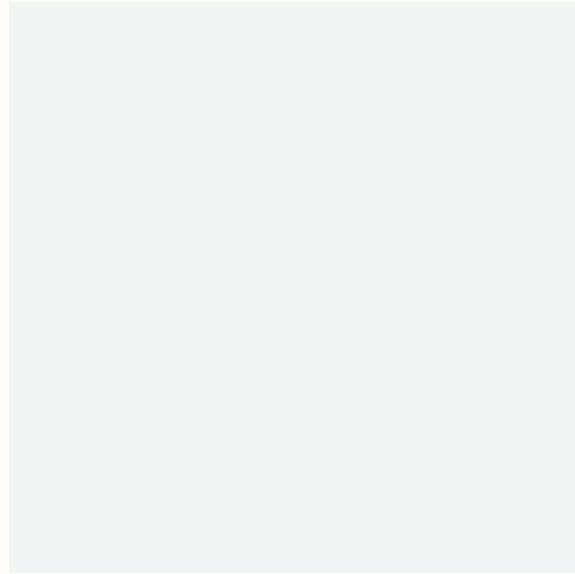
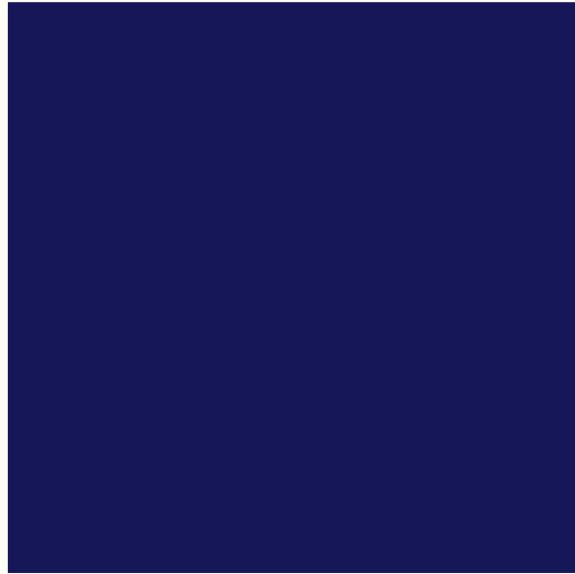
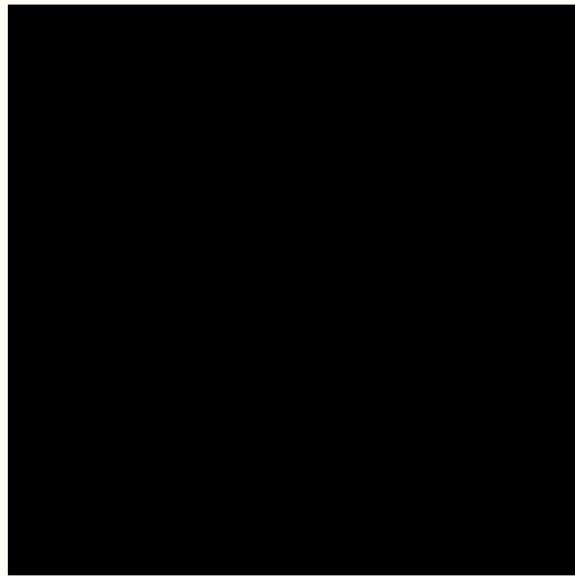
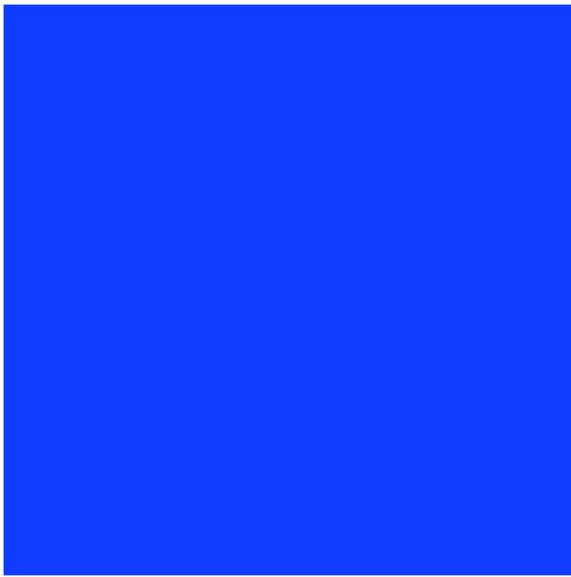
Un buon primo passo può essere controllare prima gli articoli "facili" come banner Emerson, schermate video, bandiere e altro materiale utilizzato in negozio che non rischiano di causare confusione se non rimossi.

MARCHI OBSOLETI*

I loghi riportati in questa pagina non sono più attivi o non se ne autorizza l'uso. Se si dispone di materiale con questi marchi, rimuoverlo o aggiornarlo in modo da renderlo conforme agli standard del nostro marchio.



*Rappresentazione non esaustiva



Standard di utilizzo dei marchi

Marchi nell'area di appartenenza

Esaminare e comprendere l'intera gamma di prodotti che riguardano la propria attività. Gli standard di utilizzo per ciascun marchio sono descritti nelle pagine riportate di seguito e i file dei loghi sono accessibili visitando la pagina Web <https://www.copeland.com/it-it/campaign/aftermarket>.

Questi marchi sono in corso di graduale eliminazione e non saranno più rappresentati nel portafoglio dei prodotti Copeland:

- Alco
- CoreSense (e relativa elettronica per compressori)
- Emerson
- ProAct

Europa

I seguenti marchi e prodotti vengono venduti da Copeland in Europa:

COPELAND

- Compressori
- Sistemi di comando
- Unità condensanti
- Elettronica per compressori
- Controllori e monitoraggio di stabilimenti
- Controllori per HVAC e refrigerazione
- Valvole, controllori e componenti di sistema
- Registratori di dati tracciatori e monitoraggio dei carichi di merci

VILTER
by **COPELAND**

- Compressori industriali (a vite e alternativi)
- Pompe di calore per uso industriale

VERDANT
by **COPELAND**

- Soluzioni per la gestione dell'energia

COOPER-ATKINS

- Dispositivi per la misurazione della temperatura
- Soluzioni per la conformità
- Sistemi di monitoraggio wireless per la ristorazione

Utilizzo del marchio Copeland

Il mantenimento di uno spazio minimo intorno al marchio garantisce che questo sia sempre chiaro e leggibile. Non inserire mai altri elementi grafici o parole in quest'area. Lo spazio libero minimo intorno al logo Copeland deve essere uguale all'altezza della A in alto e in basso e alla larghezza della A a sinistra e a destra. È comunque preferibile lasciare uno spazio maggiore.

I tre colori principali del marchio Copeland sono il blu Copeland, il nero e il bianco sporco. Il logo Copeland si può utilizzare solo in questi colori. Sono stati inclusi i valori corrispondenti per facilitare la duplicazione dei colori per gli schermi digitali e per la stampa. Per scaricare loghi e altre risorse, visitare il sito Web <https://www.copeland.com/it-it/campaign/aftermarket>.

Requisiti di spazio libero



Tavolozza dei colori Copeland

Bianco sporco	Blu Copeland	Nero
ESADECIMALE #FFFEF5	ESADECIMALE #0F3CFF	ESADECIMALE #000000
RGB 255/254/245	RGB 15/60/255	RGB 0/0/0
PMS 9345 C 9345 U	PMS 2728 C 286 U	PMS NERO 6 C NERO 6 U
CMYK 0/0/3/0	CMYK 100/85/0/0	CMYK 0/0/0/100

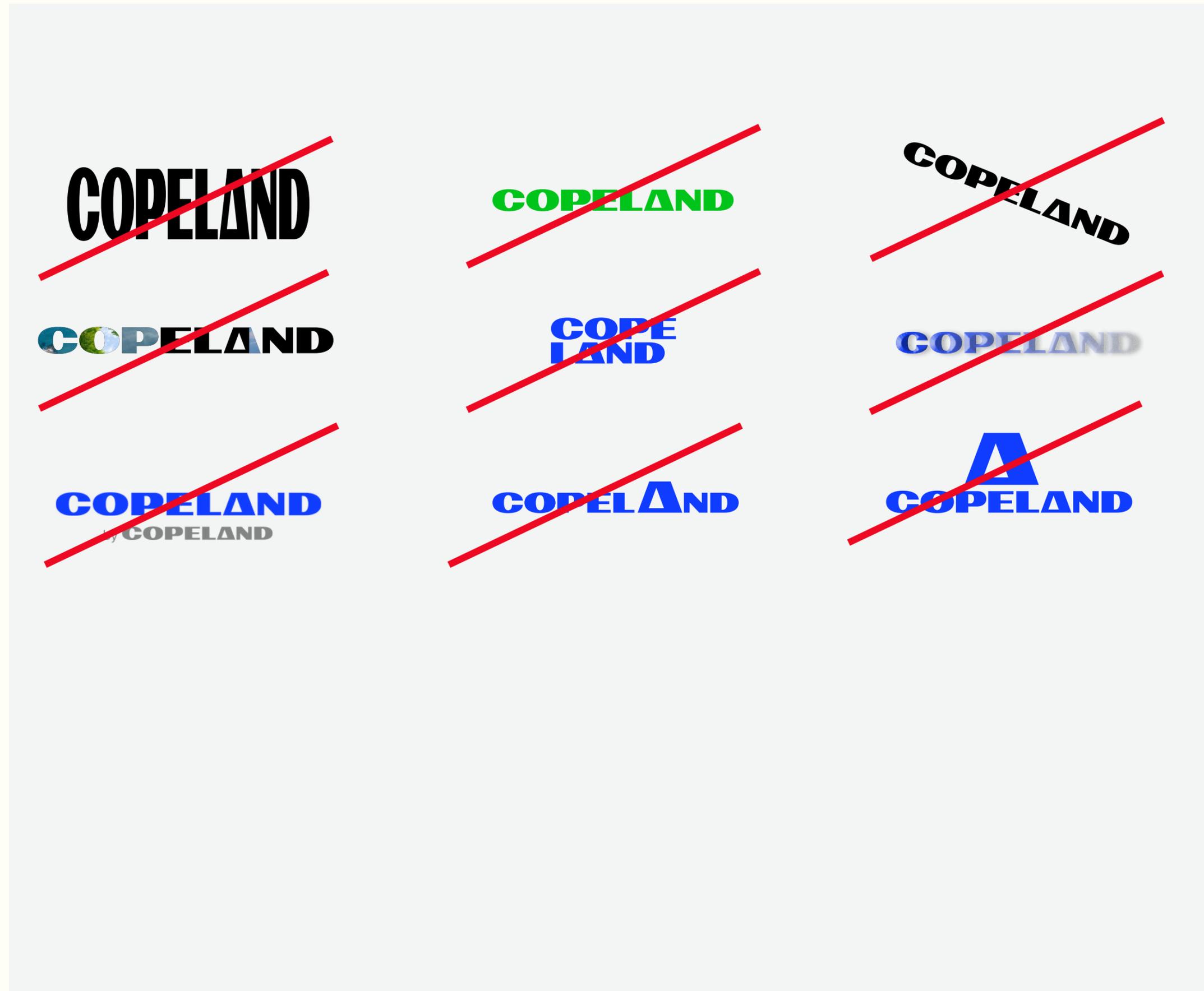
Errori da evitare

È importante che applicazione e aspetto del logo siano sempre coerenti. Di seguito sono illustrati gli errori più comuni da evitare:

1. Non allungare o allargare il logo.
2. Non esporre il logo in colori diversi da quelli indicati nella tavolozza dei colori Copeland.
3. Non ruotare il logo.
4. Non coprire le immagini nel logo.
5. Non suddividere il logo su due o più righe.
6. Non applicare effetti al logo.
7. Non includere "by Copeland" nel logo Copeland.
A differenza dei nostri marchi approvati, che hanno esclusivamente la funzione di marchi di prodotto, il marchio Copeland è anche il marchio della nostra azienda e non deve mai essere riportato con sotto una riga di rinforzo.

Il simbolo delta è una parte fondamentale del logo Copeland. Creato per simboleggiare il cambiamento, sottolinea la trasformazione dell'organizzazione in un leader globale della sostenibilità. Il delta deve essere utilizzato solo per uno scopo preciso. Un uso eccessivo finirebbe con il diluire l'impatto del simbolo. Ecco alcuni errori chiave da evitare:

1. Non estrarre il simbolo delta come icona del marchio separata.
2. Non ingrandire il delta rispetto al resto del logo.
3. Non usare il delta come simbolo con la parola del marchio.



Utilizzo di Copeland insieme ad altri marchi

Al fine di comunicare chiaramente con i nostri clienti, è fondamentale garantire un uso corretto dell'identità del marchio della propria azienda e del logo Copeland nei layout in cui appaiono entrambi a distanza ravvicinata.

Il logo della propria azienda deve essere sempre di dimensioni maggiori del logo Copeland per la creazione di material marketing che promuove Copeland o i nostri marchi di prodotti.

Non utilizzare il logo Copeland per scopi diversi dalla promozione dei prodotti Copeland che si è autorizzati a rappresentare. Inoltre, rispettare lo spazio libero e i requisiti minimi di dimensionamento specificati nel presente documento.

Quando si promuovono i prodotti Copeland insieme ad altri marchi che si vendono, accertarsi che il logo Copeland abbia dimensioni almeno uguali ai loghi degli altri marchi. Il logo Copeland può essere più grande, ma mai più piccolo degli altri marchi.

Quando si utilizza il proprio logo insieme a quello Copeland, è da preferire la configurazione affiancata, per evitare qualsiasi confusione sulla relazione tra i nostri marchi. Utilizzare la disposizione in colonna solo quando lo spazio disponibile o i vincoli di dimensionamento rendono necessaria questa soluzione e accertarsi di rispettare gli standard di spaziatura ([pagina 9](#)).

Copeland e il logo della propria azienda

Approccio affiancato (da preferire)



Dimensioni e layout corretti del logo Copeland e del marchio della propria azienda. È necessario lasciare uno spazio libero minimo di due delta in larghezza tra il proprio logo e il logo Copeland.

Approccio incolonnato (alternativo)



Quando è necessaria una disposizione in colonna, deve essere aggiunta una descrizione che spieghi la relazione tra i marchi (ad esempio, "Distributore Copeland"). Il rispetto dei requisiti di spaziatura di un delta sopra la descrizione e intorno a tutti i lati del logo Copeland garantisce che entrambi i loghi siano ben visibili.

Copeland con altri prodotti o marchi di concorrenti



Se possibile, i loghi più lunghi non devono superare il doppio della lunghezza del logo Copeland.



Se possibile, i loghi più alti non devono superare il doppio dell'altezza del logo Copeland.

Suggerimenti per il rebranding del materiale marketing

Gli esempi riportati in questa pagina sono un'utile guida per il rebranding di contenuti esistenti con i nostri nuovi loghi. La posizione e le dimensioni corrette dei loghi sono importanti, sia che si debba aggiornare il marchio sul materiale marketing creato dalla propria azienda sia che si debba intervenire sul materiale in co-branding fornito da Copeland.

Tenere presente quanto segue:

1. Evitare di integrare elementi dell'aspetto distintivo di Copeland nel proprio materiale marketing.
2. Evitare di utilizzare il simbolo delta.
3. Gli esempi sulla destra riguardano il materiale stampato, tuttavia le stesse regole valgono anche per gli asset promozionali, le insegne, il branding degli eventi e altre forme di contenuti marketing.

Contenuti di marketing per distributori con un marchio di prodotto

Posizionare il logo Copeland o il logo approvato in una posizione secondaria rispetto al marchio della propria azienda: in fondo alla pagina se il logo aziendale si trova nella parte superiore della pagina o a destra del proprio logo quando i due marchi sono affiancati. In entrambi i casi, il proprio logo aziendale deve essere il più grande della pagina.

ABC Company

IN STOCK
COPELAND COMPRESSORS

HERMETIC

- Dependable
- Cost - Effective
- Versatile

SCROLL

- Superior Efficiency
- Reliable
- Wide HorsePower Capacity Range

SEMI - HERMETIC
 Full Temperature Range Performance
 Premium Alternative

Download The Copeland Mobile App
 The Copeland Mobile app is designed to give you instant, on-the-go access to over 30 years of online product information.

Scan with your smartphone or visit <https://apps.copeland.com/CopelandMobile/login>

COPELAND

Esempio con più di un marchio di prodotto

Quando si promuove più di un prodotto della famiglia di marchi Copeland, accertarsi di utilizzare il logo approvato, di mantenere la scala indicata e di disporre i loghi in ordine alfabetico.

Suggerimento: la prima lettera di ogni logo dovrebbe avere le stesse dimensioni.

Ad esempio, l'altezza della "S" di Sensi dovrebbe avere la stessa altezza della "W" di White-Rodgers.

ABC Company

ENTER FOR A CHANCE TO
WIN A \$500
VISA GIFT CARD*

Only two weeks left to enter!

Take the Sensi Touch 2 Training before May 31st, and score an entry* into our \$500 Visa gift card sweepstakes.

Plus, you'll earn an extra entry for every extra White Rodgers course you complete. Visit, check out the Sensi Touch 2, and enter to win today!

Enroll in training, learn, and enter to win here

Contenuti di marketing in co-branding

Quando si opera in co-branding con materiale fornito da Copeland, individuare l'area più aperta per esporre il logo della propria azienda. Tale area è generalmente lungo il bordo inferiore. Accertarsi che resti evidente la separazione tra le proprie informazioni e qualsiasi marchio esistente.

ABC Company **COPELAND**

Copeland ZP
large commercial scroll

Delivers greater energy efficiency and lower life-cycle cost in commercial air conditioners.

Offers distinct features and benefits that improve system efficiency and reliability.

Features and benefits

- Copeland qualified tandem and trio configuration for superior part load efficiency
- Copeland scroll axial and radial compliance for superior reliability
- Low sound and vibration
- Improved reliability with low oil circulation rates

EFFICIENT <ul style="list-style-type: none"> Superior industry efficiency Optimized for R410A application 	RELIABLE <ul style="list-style-type: none"> Axial and radial compliance Low oil circulation rate Better liquid handling 	QUIET <ul style="list-style-type: none"> Quiet operation with good sound quality
---	--	---

ABC Company **COPELAND**

Risorse e altri aggiornamenti in arrivo

Promuovere il nostro nuovo marchio e tutte le linee guida a supporto sarà un impegno continuo nel corso del 2024 e del 2025. Il presente documento riguarda il primo di tre standard del marchio che invieremo ai nostri partner.

Copeland Marketing sta sviluppando nuovi standard per quanto specificato di seguito e avviseremo tutti gli interessati non appena le nuove informazioni e/o risorse saranno disponibili.

Standard per le informazioni sul prodotto

Linee guida per la suddivisione in categorie e la denominazione dei prodotti a supporto dei requisiti del database sui prodotti per il Web/e-commerce

Previsti per l'autunno 2024

Immagini dei prodotti con i nuovi marchi

Libreria aggiornata di immagini dei prodotti con il nostro nuovo marchio

Previste per l'autunno 2024

Standard di marketing per i negozi fisici e online

Nuovi standard di progettazione e modelli a supporto delle attività di marketing e promozionali per i prodotti Copeland. Saranno inclusi cartellonistica per negozi, stand, banchi, scaffali e altri oggetti di merchandising, banner per siti Web e contenuti di pagine web, contenuti per monitor digitali/video, pubblicità, social media e indicazioni per altre esigenze di marketing locale

Previsti per la primavera 2025

Informazioni di contatto e link utili

I nostri standard del marchio hanno lo scopo di rispondere alle domande e alle esigenze più comuni, ma potrebbero non essere la risposta per ogni situazione. Se si hanno casi d'uso specifici o domande che richiedono un'attenzione particolare, contattare il proprio venditore di fiducia per ottenere assistenza.

Per ulteriori informazioni sul nostro processo di rebranding, visitare il sito Web <https://www.copeland.com/it-it/brands>.

È inoltre possibile [visitare il sito Web https://www.copeland.com/it-it/campaign/aftermarket](https://www.copeland.com/it-it/campaign/aftermarket) per visualizzare e scaricare i file dei loghi più recenti e altro materiale.