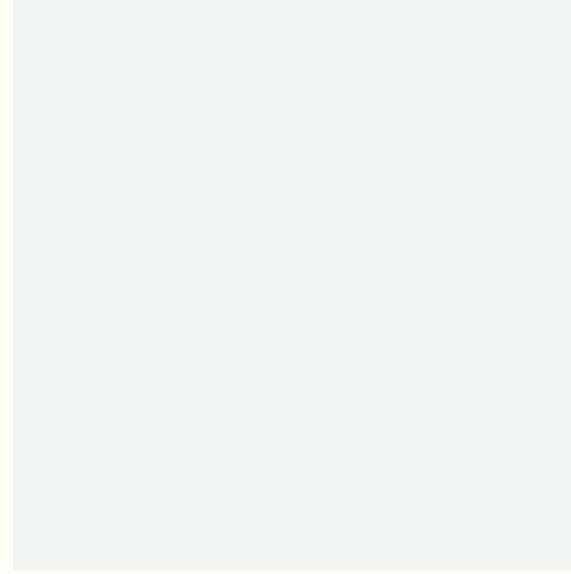
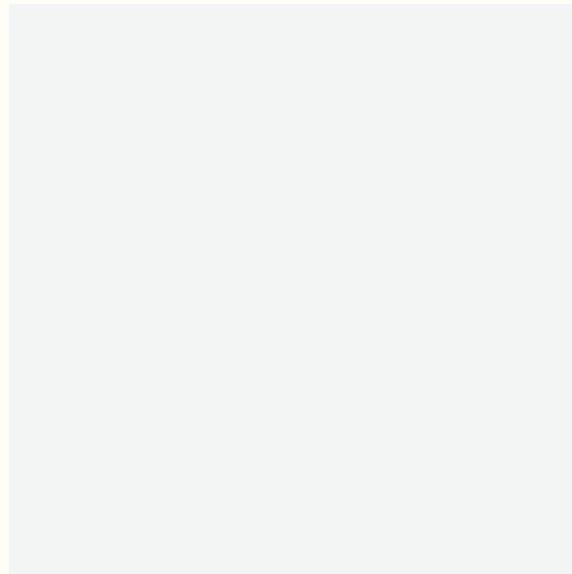


# COPELAND



## Normes de la marque Copeland : Amériques

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

# Sommaire

Aperçu de l'entreprise	3
Famille de marques Copeland	4
Marques en transition	5
Directives sur le repositionnement de la marque	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 la marque Copeland avec d'autres marques	11
Conseils pour repositionner votre matériel de marketing	12
Utilisation de la marque Sensi	13
Utilisation de la marque Verdant	14
Utilisation de la marque Vilter	15
Utilisation de la marque White-Rodgers	16
Utilisation de la marque Cooper-Atkins	17
Ressources et mises à jour supplémentaires à venir	18
Coordonnées et liens utiles	19

**Le but de ce document est de fournir de l'aide aux distributeurs et partenaires de distribution qui représentent ou commercialisent tout produit ou marque au sein de la famille Copeland.**

Il offre un aperçu détaillé de nos marques, y compris celles en transition dans le cadre du processus visant à devenir une organisation autonome.

Si vous avez des questions relative à un élément abordé dans ce document, veuillez communiquer avec votre représentant commercial Copeland.

# Aperçu de l'entreprise

En juin 2023, avec le soutien du capital privé de Blackstone, Copeland s'est séparée d'Emerson et est devenue une entreprise autonome nouvellement créée. Bien que nous allions de l'avant avec une grande fierté pour notre héritage en tant que leader de la technologie CVCA/R depuis plus de 100 ans, nous sommes encore plus optimistes quant à l'avenir et à la « nouvelle marque Copeland » que nous construisons.

Copeland investit dans l'amélioration de notre monde en concentrant nos ressources, notre expertise et notre innovation pour offrir de nouvelles solutions qui font la différence. Nous aidons les clients résidentiels, commerciaux et industriels à réduire leurs émissions de carbone et à améliorer l'efficacité énergétique. Nos produits vont des compresseurs, des unités de condensation et des commandes aux thermostats, services de surveillance et d'autres composants du système CVCA/R, tous éprouvés et approuvés par certaines des plus grandes marques du monde.

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



## NOTRE VISION

Ensemble, nous créons des solutions durables qui améliorent les conditions de vie.

# Famille de marques Copeland

Notre stratégie de marque et notre famille de marques évoluent maintenant que Copeland est devenu le nom de l'entreprise et la marque principale. En conséquence, tous les produits subiront un changement de marque en 2024-2025. Certains présenteront un logo et une apparence mis à jour, 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, et le rôle qu'elles jouent dans la gamme de produits.

Avec une famille de marques plus consolidée et connectée :

- Notre offre est simplifiée et unie.
- Les personnes extérieures de Copeland peuvent comprendre et naviguer plus facilement dans nos produits.
- Notre investissement marketing est plus performant et efficace.

## Marque primaire

Copeland est le leader mondial des solutions climatiques durables. Nos produits, notre expertise et notre innovation jouent un rôle essentiel pour aider les clients résidentiels, commerciaux et industriels à améliorer l'efficacité énergétique et à décarboniser le chauffage, le refroidissement et la réfrigération à l'échelle mondiale.

Copeland a un double rôle à jouer dans notre gamme. Il s'agit de la marque de l'entreprise et de la marque de produit pour la compression, l'électronique, les contrôles, la surveillance et les solutions intégrées.

# COPELAND

## Marques approuvées

Les marques de produits Sensi, Verdant, Vilter et White-Rodgers bénéficient de fortes associations et de capitaux propres avec les acheteurs et les décideurs sur leurs marchés. L'ajout d'une approbation « par Copeland » permet de les associer à des publics qui ne savent pas qu'il existe une relation. Cela permet d'obtenir un transfert de capitaux propres qui va dans les deux sens, contribuant à développer à la fois les marques de Copeland et du produit, et générant une plus grande valeur cumulée pour l'ensemble de l'organisation.

**sensi**  
by **COPELAND**

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

**sensi | hydro**  
by **COPELAND**

Système de confort domestique vendu exclusivement en Chine

**VERDANT**  
by **COPELAND**

Thermostats intelligents qui maximisent le confort et les économies d'énergie

**VILTER**  
by **COPELAND**

Compresseurs et systèmes pour applications industrielles exigeantes

**WHITE RODGERS**  
by **COPELAND**

Thermostats, vannes, commandes et dispositifs de protection destinés au chauffage, à la climatisation et à la réfrigération

## Marque associée

Cooper-Atkins reste une marque autonome pour la gestion de la température dans les services de restauration, ce qui lui permet de conserver son capital auprès des acheteurs d'équipement.

# COOPER-ATKINS

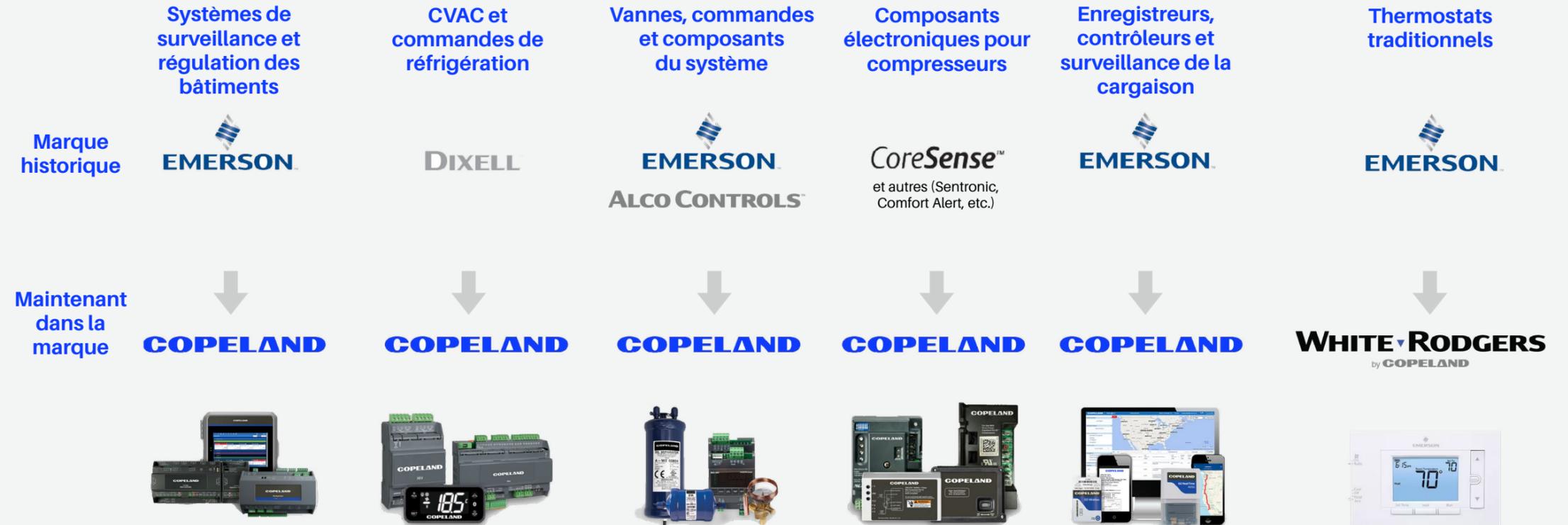
*Ceci est une vue d'ensemble de notre famille de marques, mais toutes nos marques ne sont pas disponibles dans le monde entier. Consultez la page [8](#) pour obtenir plus de renseignements sur les marques de votre région.*

# Marques en transition

## Marques retirées

Nous retirons un certain nombre de marques de notre gamme. La majorité migre vers la marque Copeland pour aider à unifier nos compresseurs, commandes, composants électronique, logiciels et surveillance sous une seule marque.

Nos thermostats traditionnels font exception. Ces produits migrent d'Emerson vers White-Rodgers.



# Directives sur le repositionnement de la marque

Le moment est venu de passer en revue vos salles d'exposition et votre site Web pour trouver des occasions de remplacer l'ancienne image de marque par la nouvelle.

Tout matériel ou contenu contenant le nom ou le logo d'Emerson doit être supprimé ou mis à jour avec le nom de Copeland ou avec le nouveau logo, afin de représenter correctement l'image de marque de notre entreprise. De plus, le matériel ou le contenu qui contient des marques de produits anciennes ou retirées doit être mis à jour pour refléter la nouvelle marque et/ou le nouveau logo. Consultez la page [8](#) pour savoir quelles marques s'appliquent dans votre région et comment accéder aux fichiers des logos.

Nous apprécions votre aide pour effectuer ces mises à jour le plus rapidement possible afin d'éviter toute confusion avec les clients.

Pensez à tous les domaines, imprimés et numériques, qui pourraient avoir besoin d'être mis à jour. Voici quelques exemples :

- Sites Web
- Cartes de table
- Tapis de comptoir
- Affiches et bannières
- Contenu de l'affichage numérique
- Autocollants de véhicule
- Annonces imprimées
- Produits dérivés en magasin

Une bonne première étape consiste à s'attaquer aux éléments « faciles » tels que les bannières Emerson, les écrans vidéo, les drapeaux et autres affichages en magasin qui ne prêteront pas à confusion s'ils sont enlevés.

## MARQUES DE MARQUE OBSOLÈTES\*

Les logos affichés sur cette page ne sont plus actifs ou autorisés à être utilisés. Si vous possédez du matériel avec ces marques, supprimez-le ou mettez-le à jour pour qu'il soit conforme à nos normes de marque.



ALCO CONTROLS™

COPELAND™  
BRAND PRODUCTS

sen|si hydro

DIXELL™



Copeland Discus  
digital™

sen|si

Vilter™

Copelametic™

White-Rodgers™

Copeland™  
EazyCool™



WHITE-RODGERS™



CoreSense™



White  
Rodgers

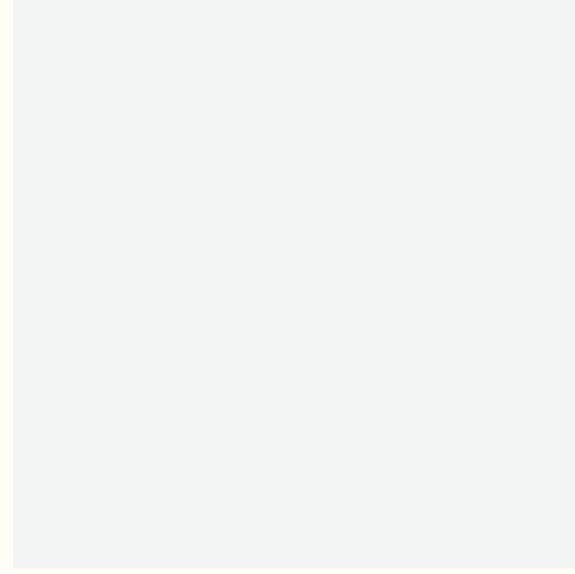
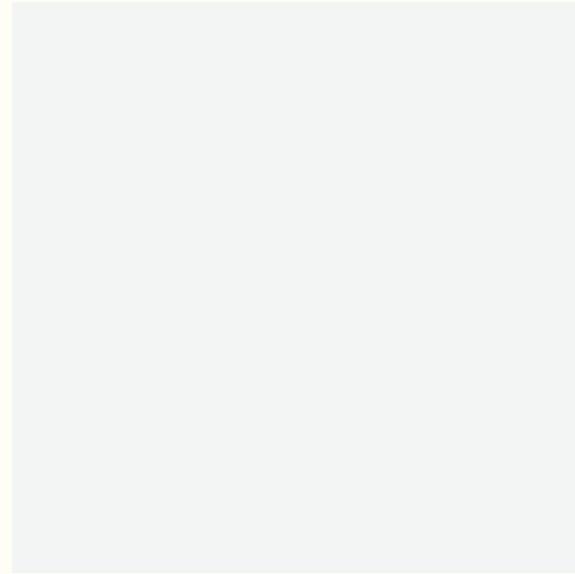
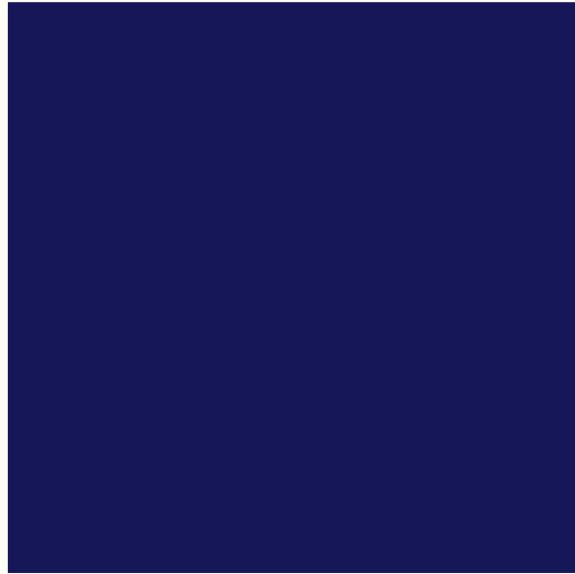
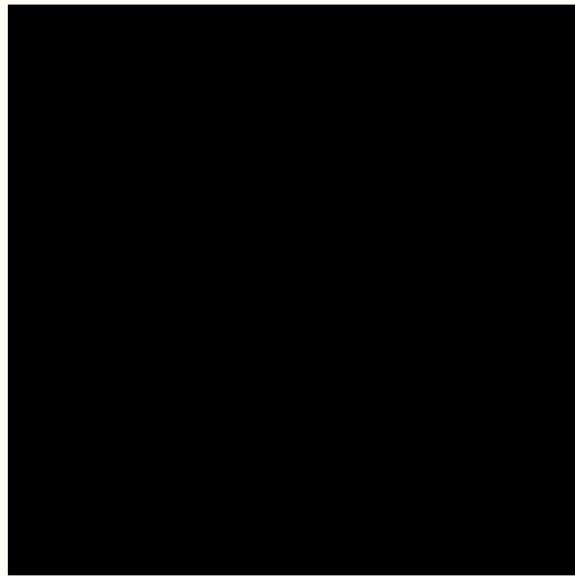
Copeland®



COPELAND SCROLL™



\*Représentation non exhaustive



Normes d'utilisation de la marque

# Marques dans votre région

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

**Les marques suivantes sont en voie d'élimination progressive et ne seront plus représentées dans la gamme de produits Copeland :**

- Alco
- CoreSense (et les composants électroniques pour compresseur connexes)
- Dixell
- Emerson
- ProAct

## AMÉRIQUES

Les marques et produits suivants sont vendus par l'intermédiaire de partenaires de distribution aux États-Unis, au Canada et en Amérique latine :

# COPELAND

- Compresseurs
- Entraînements
- Groupes de condensation
- Composants électroniques pour compresseurs
- Contrôle et surveillance des installations
- CVAC et commandes d'équipements de réfrigération
- Vannes, commandes et composants du système
- Enregistreurs, contrôleurs et surveillance de la cargaison

**sensi**  
by **COPELAND**

- Thermostats intelligents

**VILTER**  
by **COPELAND**

- Compresseurs industriels (à pistons et à simple vis)
- Pompes à chaleur industrielles

**WHITE RODGERS**  
by **COPELAND**

- Thermostats traditionnels
- Composants et vannes de chauffage
- Commandes de chauffage

**VERDANT**  
by **COPELAND**

- Solutions de gestion de l'énergie

# COOPER-ATKINS

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

# Utilisation de la marque Copeland

Le maintien d'un minimum d'espace autour de la marque de marque permet de s'assurer qu'elle est toujours claire et lisible. N'autorisez jamais aucun autre élément graphique ou mot dans cette zone. L'espace libre autour du logo Copeland doit être au minimum égal à la hauteur du A en haut et en bas et à la largeur du A à gauche et à droite de cette zone. Il est cependant préférable de laisser plus d'espace.

Les trois couleurs principales de la marque Copeland sont le bleu Copeland, le noir et le blanc cassé. Le logo Copeland ne peut être utilisé que dans ces couleurs. Des valeurs ont été ajoutées pour faciliter la reproduction des couleurs sur les écrans numériques et pour l'impression. Veuillez consulter le site <https://www.copeland.com/fr-ca/campaign/aftermarket> pour télécharger des logos et d'autres éléments.

Besoins en espace libre



Palette de couleurs Copeland

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

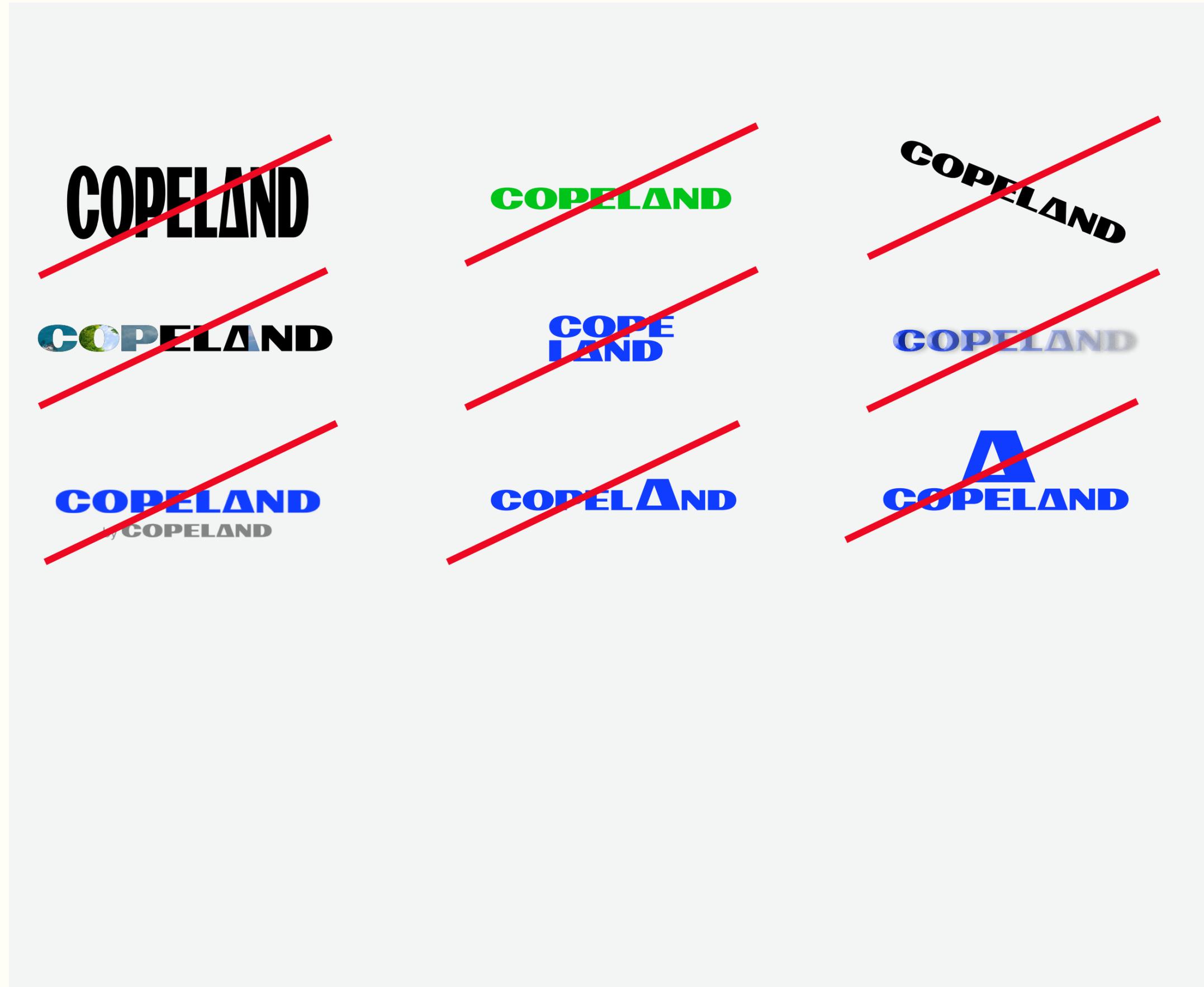
# Erreurs à éviter

Il est important que l'application et l'apparence du logo restent cohérentes. Les éléments suivants présentent les erreurs les plus courantes à éviter :

1. N'étirez pas le logo.
2. N'affichez pas le logo dans une couleur autre que celle qui se trouve sur la palette de couleurs Copeland.
3. Ne faites pas pivoter le logo.
4. Ne masquez pas les images dans le logo.
5. Ne divisez pas le logo en deux lignes ou plus.
6. N'appliquez pas d'effets sur le logo.
7. N'incluez pas « par Copeland » avec le logo Copeland. Contrairement à nos marques approuvées qui servent exclusivement de marques de produits, la marque Copeland est également notre marque d'entreprise et ne doit jamais être accompagné d'une ligne approuvée en dessous.

Le symbole delta est une partie essentielle du logo Copeland. Symbolisant le changement, il souligne la transformation de l'organisation en un leader mondial de la durabilité. Le delta ne doit être utilisé que dans un but. Une utilisation excessive affaiblira l'impact du symbole. Voici quelques erreurs clés à éviter :

1. Ne considérez pas le symbole delta comme une icône de marque à part entière.
2. Veillez à ce que le delta ne soit pas plus grand que le reste du logo.
3. Ne placez pas le delta en tant que symbole avec le mot-symbole.



# Utilisation de la marque Copeland avec d'autres marques

Afin de pouvoir communiquer clairement à nos clients communs, il est essentiel de veiller à utiliser correctement l'identité de marque de votre entreprise et le logo Copeland dans les mises en page où les deux apparaissent à proximité.

Le logo de votre entreprise doit toujours être plus grand que le logo Copeland lors de la création de matériel de marketing qui fait 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 l'espace libre et les exigences minimales de dimensionnement spécifiées dans ce document.

Lorsque vous faites la promotion des produits Copeland aux côtés d'autres marques que vous vendez, veiller à ce que le logo Copeland soit au moins de taille égale à ces marques. Copeland peut apparaître en plus grand, mais ne devrait jamais être plus petit que d'autres marques.

Lorsque vous utilisez votre logo et Copeland ensemble, la configuration côte-à-côte est préférable afin d'éviter toute confusion sur la relation entre nos marques. N'utilisez la disposition empilée alternative que lorsque des contraintes d'espace ou de dimensionnement la rendent nécessaire, et assurez-vous de respecter les normes d'espace libre ([page 9](#)).

## Copeland et le logo de votre entreprise

### Approche côte-à-côte (de préférence)



Taille et disposition correctes du logo Copeland et de la marque de votre entreprise. Un espace libre minimum de deux largeurs de delta doit être placé entre votre logo et le logo Copeland.

### Approche empilée (alternative)



Lorsqu'une disposition empilée est nécessaire, une description expliquant la relation doit être incluse (par exemple, « Distributeur pour Copeland »). Le respect de l'exigence d'espace libre d'un delta au-dessus de la description et autour de tous les côtés du logo Copeland garantit que les deux logos seront visibles.

## Copeland avec d'autres produits ou marques concurrentes



Dans la mesure du possible, les logos longs ne doivent pas dépasser la largeur du logo Copeland.



Dans la mesure du possible, les logos hauts ne doivent pas dépasser le double de la hauteur du logo Copeland.

# Conseils pour repositionner votre matériel de marketing

Reportez-vous aux exemples de cette page pour vous guider lors du changement du contenu existant par nos nouveaux logos. Il est important de placer et de dimensionner correctement les logos, que vous mettiez à jour la marque sur du matériel de marketing créé par votre entreprise ou du matériel co-marqué fourni par Copeland.

## Gardez les points suivants à l'esprit :

1. N'intégrez pas d'éléments de l'apparence distinctive de Copeland dans votre matériel de marketing.
2. N'essayez pas d'utiliser le symbole delta.
3. Les exemples sur la droite illustrent de la documentation, cependant, les mêmes règles devraient également s'appliquer aux actifs promotionnels, à la signalisation, à l'image de marque de l'événement et à d'autres formes de contenu marketing.

### Contenu de marketing des distributeurs mettant en avant une marque de produit

Placez Copeland ou le logo approuvé pertinent dans une position secondaire par rapport à la marque de votre entreprise : au bas de la page si votre logo est 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.

### Exemple mettant en avant plus d'une marque de produit

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

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

*Par exemple, le « S » dans Sensi devrait être à la même hauteur que le « W » dans White-Rodgers.*

### Contenu de marketing co-marqué

Lorsque vous co-marquez du matériel fourni par Copeland, trouvez la zone la plus ouverte pour accueillir le logo de votre entreprise. Il s'agit généralement de la partie inférieure. Veillez à ce qu'il y ait une séparation suffisante entre vos données et toute marque existante sur la pièce.

# Utilisation de la marque Sensi

Les illustrations officielles de marque doivent toujours être utilisées.

Aucune manipulation ou recréation n'est autorisée.

Sensi est unique dans notre gamme, car il s'agit de la seule véritable marque grand public. Depuis son introduction en 2010, Sensi possède sa propre identité de marque distincte, avec sa police, sa palette de couleurs et ses normes d'utilisation.



Logo approuvé

## Tailles minimales

Le logo Sensi approuvé doit avoir une largeur minimale de 0,77 po/19,5 mm.

## Espace libre

Un espace libre assure la visibilité du logo Sensi en l'isolant des éléments visuels concurrents. L'espace libre doit être égal à la taille du « s » dans le logo.

## Couleur

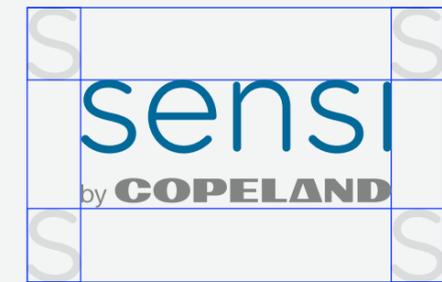
Le logo Sensi ne doit être utilisé que dans les options de couleur affichées sur cette page.



Taille minimale du logo approuvé

Bleu	Gris
CMJN 93/51/6/4	CMJN 51/42/42/6
RVB 0/105/152	RVB 130/131/131
HEX 006998	HEX 828383
PMS 2151 C	PMS 4278 C

Couleurs du logo



Besoins en espace libre



Options unicolores

## Besoin de ces fichiers de logo?

Rendez vous sur <https://www.copeland.com/fr-ca/campaign/aftermarket> pour les visualiser et les

# Utilisation de la marque Verdant

Les illustrations officielles de marque doivent toujours être utilisées.

Aucune manipulation ou recréation n'est autorisée.



Logo approuvé

## Tailles minimales

Le logo Verdant approuvé doit avoir une largeur minimale de 1,125 po/28,57 mm.

## Espace libre

Un espace libre assure la visibilité du logo Verdant en l'isolant des éléments visuels concurrents. L'espace libre doit être égal à la taille du « V » dans le logo.

## Couleur

Le logo Verdant ne doit être utilisé que dans les options de couleur affichées sur cette page.

**VERDANT**  
by **COPELAND**

1,125 po/28,57 mm

Taille minimale du logo approuvé



Besoins en espace libre

Vert

CMJN

65/1/100/0

RVB  
95/185/70

HEX  
5FBA46

PMS  
360 C

Gris

CMJN  
51/42/42/6

RVB  
130/131/131

HEX  
828383

PMS  
4278 C

Couleurs du logo

**VERDANT**  
by **COPELAND**

**VERDANT**  
by **COPELAND**

Options unicolores

## Besoin de ces fichiers de logo?

Rendez vous sur <https://www.copeland.com/fr-ca/campaign/aftermarket> pour les visualiser et les

# Utilisation de la marque Vilter

Les illustrations officielles de marque doivent toujours être utilisées.

Aucune manipulation ou recreation n'est autorisée.



Logo approuvé

## Tailles minimales

Le logo Vilter approuvé doit avoir une largeur minimale de 0,8125 po/20,63 mm.

## Espace libre

Un espace libre assure la visibilité du logo Vilter en l'isolant des éléments visuels concurrents. L'espace libre doit être égal à la taille du « V » dans le logo.

## Couleur

Le logo Vilter ne doit être utilisé que dans les options de couleur affichées sur cette page.



Besoins en espace libre



Options unicolores

Noir	Bleu	Gris
CMJN 0/0/0/100	CMJN 100/85/0/0	CMJN 51/42/42/6
RVB 0/0/0	RVB 15/60/255	RVB 130/131/131
HEX 000000	HEX 0F3CFF	HEX 828383
PMS NOIR 6 C	PMS 2728 C	PMS 4278 C

Couleurs du logo

## Besoin de ces fichiers de logo?

Rendez vous sur <https://www.copeland.com/fr-ca/campaign/aftermarket> pour les visualiser et

# Utilisation de la marque White-Rodgers

Les illustrations officielles de marque doivent toujours être utilisées.

Aucune manipulation ou recréation n'est autorisée.

**WHITE RODGERS**  
by **COPELAND**

Logo approuvé

## Tailles minimales

Le logo White-Rodgers approuvé doit avoir une largeur minimale de 2 po/50,8 mm.

## Espace libre

Un espace libre assure la visibilité du logo White-Rodgers en l'isolant des éléments visuels concurrents. L'espace libre doit être égal à la taille du « R » dans le logo.

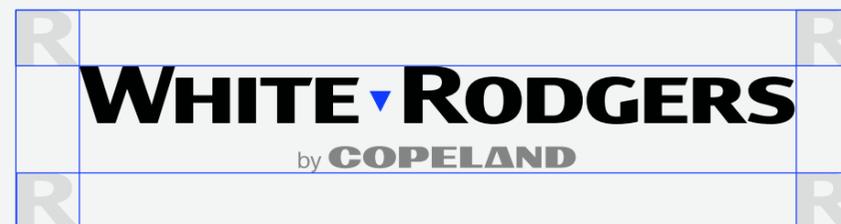
## Couleur

Le logo White-Rodgers ne doit être utilisé que dans les options de couleur affichées sur cette page.

**WHITE RODGERS**  
by **COPELAND**

2 po/50,8 mm

Taille minimale du logo approuvé

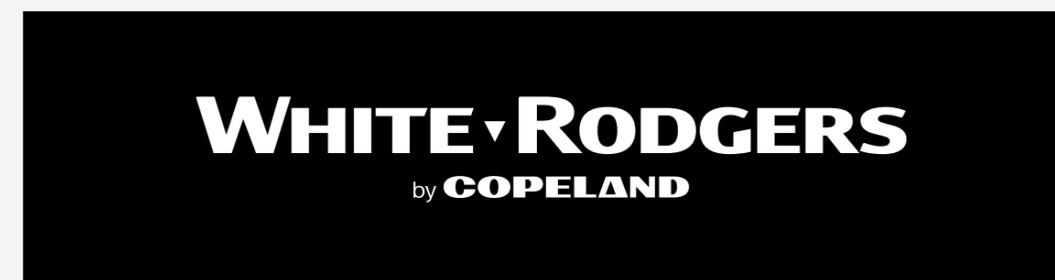


Besoins en espace libre

Noir	Bleu	Gris
CMJN 0/0/0/100	CMJN 100/85/0/0	CMJN 51/42/42/6
RVB 0/0/0	RVB 15/60/255	RVB 130/131/131
HEX 000000	HEX 0F3CFF	HEX 828383
PMS NOIR 6 C	PMS 2728 C	PMS 4278 C

Couleurs du logo

**WHITE RODGERS**  
by **COPELAND**



Options unicolores

**WHITE RODGERS**  
by **COPELAND**

## Version empilée

Lorsque le logo horizontal principal est difficile à appliquer en raison de contraintes d'espace ou de problèmes de lisibilité, cette version empilée peut être utilisée à la place.

## Besoin de ces fichiers de logo?

Rendez vous sur <https://www.copeland.com/fr-ca/campaign/aftermarket> pour les visualiser et

# Utilisation de la marque Cooper-Atkins

Les illustrations officielles de marque doivent toujours être utilisées.

Aucune manipulation ou recréation n'est autorisée.

## COOPER-ATKINS

Logo de la marque

### Tailles minimales

Le logo Cooper-Atkins doit avoir une largeur minimale de 2 po/50,8 mm.

### Espace libre

Un espace libre assure la visibilité du logo Cooper-Atkins en l'isolant des éléments visuels concurrents. L'espace libre doit être égal à la taille du « C » dans le logo.

### Couleur

Le logo Cooper-Atkins ne doit être utilisé que dans les options de couleur affichées sur cette page.

### COOPER-ATKINS

2 po/50,8 mm

Taille minimale du logo



Besoins en espace libre

Noir

CMJN  
0/0/0/100

RVB  
0/0/0

HEX  
000000

PMS  
NOIR 6 C  
NOIR 6 U

Blanc

CMJN  
0/0/0/0

RVB  
255/255/255

HEX  
FFFFFF

Couleurs du logo

### COOPER-ATKINS

### Version empilée

Lorsque le logo horizontal principal est difficile à appliquer en raison de contraintes d'espace ou de problèmes de lisibilité, cette version empilée peut être utilisée à la place.

## COOPER-ATKINS

Option de couleur alternative

**Besoin de ces fichiers de logo?**

Rendez vous sur <https://www.copeland.com/fr-ca/campaign/aftermarket> pour les visualiser et

# Ressources et mises à jour supplémentaires à venir

La mise en place de notre nouvelle marque et de toutes les directives à l'appui constituera un effort continu en 2024 et 2025. Veuillez noter que ce document est le premier de trois normes de marque que nous mettrons à la disposition de nos partenaires de distribution.

L'unité de marketing de Copeland élabore actuellement de nouvelles normes pour les événements suivants et nous vous informerons dès que les renseignements et/ou les actifs seront disponibles.

## **Normes de renseignements sur les produits**

Guide sur les listes de catégories et la dénomination des produits pour répondre aux exigences de votre base de données de renseignements sur les produits pour le Web/commerce électronique

Prévu pour l'automne 2024

## **Images des produits repositionnés**

Mise à jour de la bibliothèque d'images de produits qui présentent notre nouvelle marque

Prévu pour l'automne 2024

## **Normes de marketing en magasin et en ligne**

Nouvelles normes de conception et nouveaux modèles pour soutenir vos activités de marketing et de promotion des produits Copeland. Il s'agira notamment de la signalisation des magasins, des kiosques, du merchandising des comptoirs, des étagères et des obturateurs d'extrémité, des bannières de sites Web et du contenu des pages de renvoi, du contenu des moniteurs numériques/vidéo, de la publicité, des médias sociaux et de l'orientation des autres besoins locaux en matière de marketing

Prévu 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 constituent pas nécessairement la réponse à toutes les situations. Si vous êtes dans un cas particulier ou si vous avez une question qui nécessite une attention spéciale, veuillez communiquer avec votre représentant commercial pour obtenir de l'aide.

Pour obtenir plus de renseignements sur notre processus de repositionnement de marque, rendez-vous sur <https://www.copeland.com/fr-ca/marques>.

Vous pouvez également consulter le site <https://www.copeland.com/fr-ca/campaign/aftermarket> pour visualiser et télécharger les nouveaux fichiers des logos ainsi que d'autres éléments.