

We veranderen om meer onszelf te kunnen zijn.

Een nieuwe
identiteit voor
Comelit.

WITH
YOU
ALWAYS



• HERACLITUS •

Niemand kan tweemaal in dezelfde rivier stappen, omdat de rivier altijd verandert, net als de persoon die erin stapt.

Waarom veranderen we?

We veranderen om nog meer onszelf te kunnen zijn. Het lijkt een cliché, maar het verstrijken van de tijd heeft ons geleerd dat we naar binnen moeten kijken en dat we dit nieuwe bewustzijn moeten koesteren: door dit proces zijn we erachter gekomen dat onze huidige huisstijl, en met name het logo, niet langer de echte **waarden** van **Comelit** vertegenwoordigt: een bedrijf dat **solide** en **betrouwbaar** is en **dichtbij** zijn klanten, leveranciers en medewerkers staat.

Het eerste resultaat van dit proces was onze nieuwe slogan, **With You Always**, die onze nieuwe visie perfect weergeeft, maar in het verhaal van Comelit geen duidelijk voor en na markeert. Dus, wat is de volgende stap? We vonden het hoog tijd voor een actie die een **een echte verandering markeert**, niet omdat we vinden dat het oude slecht of verkeerd is, maar gewoon omdat het beter past bij waar we **tegenwoordig** voor staan. Het nieuwe logo, de belangrijkste uitingsvorm van onze huisstijl, reflecteert alle waarden die bij ons horen, die ons **uniek** maken en waarmee we onszelf op de markt onderscheiden. Een strategische keuze, die niet louter gebaseerd is grafische en esthetische aspecten, maar die als doel heeft om de **identiteit** van Comelit als een **sterk, betrouwbaar en mensgericht bedrijf te promoten**.

Edoardo Barzasi

Een groep van 800 mensen, bewogen door dezelfde geest.

In het DNA van Comelit was er altijd één molecule dat nooit ontbrak: de visie om de mens altijd centraal te stellen bij elke beslissing: zowel in 1956, toen het bedrijf nog maar uit een paar mensen bestond en met kleine bedrijven samenwerkte, als vandaag de dag, waar we te maken hebben met een veel grotere Comelit, met meer dan 800 mensen en 17 vestigingen wereldwijd. Een onvoorstelbare ontwikkeling die echter geen invloed heeft gehad op dit molecule dat altijd als leidraad heeft gediend en ook de komende jaren onze drijfveer zal zijn: de mens als middelpunt.



- + Italië
- + Frankrijk
- + Groot-Brittannië
- + Spanje
- + Nederland
- + Duitsland
- + België
- + Ierland
- + Verenigde Staten
- + Singapore
- + Griekenland
- + Australië
- + Hong Kong
- + Rusland
- + Verenigde Arabische Emiraten
- + Maleisië
- + Vietnam

Wat heeft ons geïnspireerd.

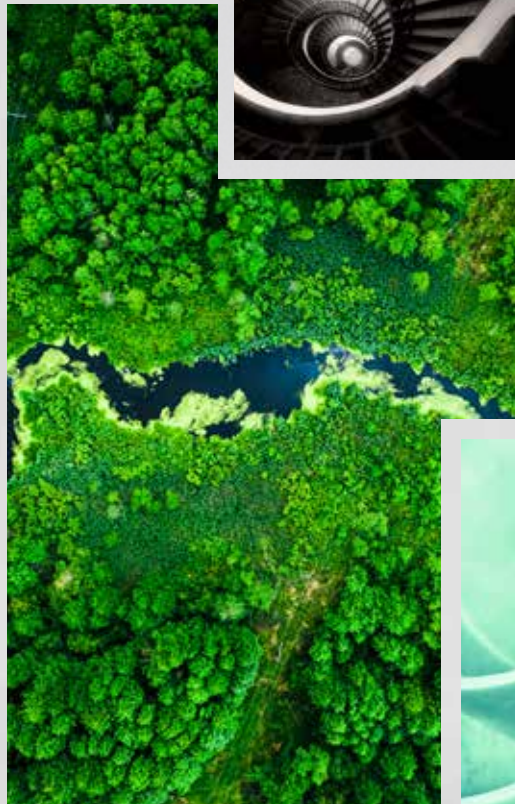
emotions



support



growth



colour palette

serenity



evolution



infinity

De essentie van Branding.

Wat is Branding? Oorspronkelijk wordt met de term **Brand** het **merk** bedoeld, dat wil zeggen de naam, het grafische symbool of een combinatie hiervan, die het bedrijf onderscheidt van de rest.

ALS WE VERDER KIJKEN, GEEFT DE BRAND DE UNIEKE IDENTITEIT VAN EEN BEDRIJF OP DE MARKT WEER. DE IDENTITEIT VAN EEN BEDRIJF IS DUS DE ESSENTIE VAN DE BRAND.

En, als we het hebben over identiteit, wordt de horizon steeds breder: het is de geschiedenis van een bedrijf, zijn product, de klantvervaring, ... Met andere woorden **de Brand scheidt en verspreidt een wereld van verwachtingen**, beloftes en waarden die iedereen - werknemers, concurrenten, klanten, distributeurs, leveranciers en aandeelhouders - via hun emoties waarnemen. Juist omdat het de identiteit van een bedrijf moet weergeven, zal de Brand onvermijdelijk **na verloop van tijd veranderen**. Deze verandering weerspiegelt zowel

het veranderende marktscenario waarin het bedrijf actief is, als het veranderde **zelfbewustzijn** van het bedrijf zelf.

Dit geldt ook voor Comelit: ons logo en de pay-off van de laatste paar jaar komen niet langer overeen met het beeld dat we tegenwoordig van onszelf hebben, of met onze omvang, onze waarden, onze identiteit, de boodschap die we op de markt willen verspreiden, of het gewenste uiterlijk waarmee een belangrijke marktspeeler willen blijven - wat we altijd zijn geweest.

Sindsdien zijn we gegroeid en hebben we ons op internationaal niveau ontwikkeld, is het aantal werknemers aanzienlijk gestegen en hebben we ons productaanbod flink uitgebreid.

HET BELANGRIJKSTE DAT WE HEBBEN ONTDEKT, IS ONS VERMOGEN OM DICHTBIJ DE KLANT TE STAAN EN HEM TE HELPEN GROEIEN: DIT IS ONS SPEERPUNT, ONZE KRACHT WAARMEE WE ONSZELF ONDERSCHIEDEN. EN DAT IS DE REDEN WAAROM WE ONZE BRAND WILLEN VERANDEREN.



COMELIT

WITH YOU. ALWAYS

KLANT

• WALTER LANDOR •

De Brand is een belofte.

WITH
YOU
ALWAYS

Een belofte die de essentie vormt van onze toewijding.

Wat is de belofte die ten grondslag ligt aan **de dagelijkse toewijding** van ons bedrijf? Onze slogan "WITH YOU. ALWAYS" is ontstaan **vanuit de behoefte** een antwoord te geven op deze vraag. We zijn op een **volledig natuurlijke** manier tot deze slogan gekomen, via een proces dat ons heeft geholpen om onze onderscheidende **waarden** helder te krijgen: de waarden die bij ons horen en waardoor een werknemer het aantrekkelijk vindt om bij ons te werken, waarom een leverancier partner wil worden, en waarom een klant onze producten wil kopen en na verloop van tijd opnieuw wil kopen.

+verbondenheid +hulp
+nabijheid

De brand-identiteit.

Elke Brand drukt een persoonlijkheid uit, dat wil zeggen de manier waarop hij zich in de markt positioneert en aan zijn klanten presenteert. De 12 archetypes (persoonlijkheden) die door de filosoof en psycholoog Carl Gustav Jung zijn beschreven zijn:



THE CAREGIVER

Hij zorgt voor anderen. Hij wordt gerespecteerd en geniet veel vertrouwen, hij vormt het symbool van huiselijkheid, veiligheid en continuïteit.



THE CREATOR

Bouwt nieuwe dingen. Hij is een non-conformist. Wat hem motiveert is zelfexpressie.



THE JESTER

Hij staat voor energie en plezier, oneerbiedigheid en spontaniteit: hij durft voorbij de gebruikelijke manier van doen te kijken.



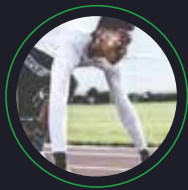
THE EVERYMAN

Een allemansvriend. Hij is praktisch, vriendelijk en kan nuttig voor je zijn. Hij is gewoon graag in contact met anderen.



THE EXPLORER

Hij is op zoek naar authenticiteit. Hij belooft nieuwe ervaringen en daagt mensen uit om ze uit te proberen.



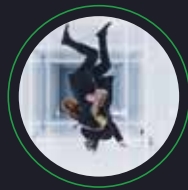
THE HERO

Hij handelt met moed. Kracht en macht, hij zorgt voor innovatie en heeft een grote invloed op de wereld.



THE INNOCENT

Hij staat voor trouw en optimisme. De onschuldige in ons allen droomt van een perfecte wereld waar iedereen vrij is om zichzelf te zijn.



THE MAGICIAN

Zet dromen om in werkelijkheid, hij zorgt voor vreugde door zijn verbeelding en humor.



THE REBEL

Hij breekt de regels. Hij wordt misschien niet bewonderd, maar in ieder geval wel gevreesd.



THE RULER

Heeft de touwtjes in handen. Hij bepaalt de regels en de rest volgt.



THE SEDUCER

Zoekt en geeft liefde. Hij is romantisch en houdt van luxe en kwaliteit. Je kunt gemakkelijk verliefd op hem worden....



THE SAGE

Hij begrijpt de wereld. Hij is bedachtzaam en onafhankelijk.

THE CAREGIVER



With You.
Always.

Caregiver definieert onze persoonlijkheid, **With You Always** is het motto dat we in de wereld willen verspreiden.



We willen de **mensen** aanspreken in een nieuwe taal, met speciale hulpmiddelen, met een communicatie “op maat”.



Met welke hulpmiddelen, met welke taal.

Altijd, in alles wat we doen, in alles wat we communiceren, zowel offline als online.

Het is een **mentaliteit** die, wij van Comelit, van **nature hebben** en die deel uitmaakt van onze persoonlijkheid. En dit vertaalt zich in een volledige toewijding op elk vlak.

“With you always” betekent **klaar staan voor degenen die onze producten gebruiken** om in al hun behoeften te kunnen voorzien: tijdens de onderzoeks- en ontwikkelingsfase, om eenvoudig te installeren oplossingen te bieden die gemakkelijk te programmeren en betrouwbaar te beheren zijn; tijdens de ontwerp- en offertefase, om te helpen te bepalen welke productcombinatie de beste is om de vereiste prestaties te bereiken; tijdens de installatie, om te helpen problemen op te lossen; tijdens de aftersales, om te garanderen dat elk product aan de verwachtingen voldoet; tijdens de opleidingsfase, om ondersteuning te bieden bij hun professionele ontwikkeling.

“With you always” betekent dichtbij **onze belangrijkste klanten staan, de distributeurs**, om samen te zorgen voor **synergie** op commercieel, operationeel en logistiek gebied, die hen helpt zich te ontwikkelen en hun klanten tevreden te stellen.

“With you always” betekent waardevolle **partnerschappen aangaan met onze leveranciers**, ze helpen om aan onze eisen te voldoen en ze bij te staan tijdens de realisatie van onze producten en hun onderdelen.

“With you always” is onze manier om **klaar te staan voor onze medewerkers**, in alle vestigingen van Comelit wereldwijd, door ze een aangename werkomgeving te bieden waar ze hun eigen vaardigheden en professionaliteit kunnen ontwikkelen, en door hun dagelijkse werkzaamheden makkelijker maken.

“WITH YOU ALWAYS”:
EEN BELOFTE DIE DE
ESSENTIE VORMT VAN ONZE
TOEWIJDING.

Veranderen betekent ontwikkelen.

Als het zo is dat de identiteit van een bedrijf de essentie vormt van zijn Brand, dan is het veranderen van het logo en de pay-off van Comelit een keuze die is ontstaan vanuit de behoefte om nog meer onszelf te kunnen zijn.

ONZE NIEUWE BRAND IS NAMELIJK
EEN WEERSPIEGELING VAN DE MEEST
AUTHENTIEKE WAARDEN DIE BIJ ONS
HOREN. AL DEZE ELEMENTEN HOREN BIJ
HET ARCHETYPE VAN DE CAREGIVER, DIE
ONZE PERSOONLIJKHEID BELICHAAMT EN
TOT UITDRUKKING KOMT VIA DE SLOGAN
“WITH YOU ALWAYS”.





+ **Soliditeit.**

Wij zijn een betrouwbaar en kapitaalkrchtig bedrijf, een vertrouwde partner voor zowel iedereen die met ons samenwerkt, als voor onze distributeurs, installateurs en toeleveringsketen.

Als solide en betrouwbaar bedrijf zijn wij ook bijzonder trots op wat we zijn en op de toegevoegde waarde die we kunnen bieden aan iedereen die met ons samenwerkt.



+ **Transparantie.**



+ Eenvoud.

Door het besef van onze waarde en de concreetheid die zo kenmerkend is voor ons DNA, is eenvoud het symbool van al onze werkrelaties.

Onze nieuwe
identiteit is
gemakkelijk te
herkennen in elke
toepassingscontext.



+ **Herkenbaarheid.**



+ **Dichtbijheid.**

Betekent de zekerheid van een bedrijf dat u in elke situatie bijstaat om professioneel te groeien en u te ondersteunen bij elke vereiste, door het bieden van de beste oplossing.

We willen helpen om de wereld waarin we leven een beetje beter te maken, door onze deskundigheid in dienst te stellen van de behoefte aan veiligheid, toegankelijkheid en communicatie en dit alles op een duurzame manier.



+ **Duurzaamheid.**

Brand evolution.

• HENRY MILLER •

Iemand's bestemming is nooit een plaats, maar eerder een nieuwe manier van kijken naar de dingen.

• PAST •



• PRESENT •

OM HET LOGO TE VERANDEREN, IS OVERTUIGING, MOED EN VISIE NODIG. MAAR VOORAL ZELFBEWUSTZIJN. HET IS DE START VAN EEN NIEUWE REIS. EN WIJ ZIJN ER KLAAR VOOR, STAP VOOR STAP.



La «COMELIT» di S. Lorenzo di Rovetta
 qualità e prestigio
 di dei
 che
 LE?
 sono
 li per
 siste la
 1999 citato
 ella segretezza totale
 ni fra loro e infine
 solo tipo di pulsanti
 impianti con qualsiasi
 di citofoni). Come si
 ITOFONO DIGITALE
 MELIT è davvero di
 le portata e del resto
 cipar
 un m
 o fossani
 asi ce n'eravamo di-
 me, nel 1958, nelle
 antine, dopodiché il
 e di mezza tacca e
 he, s'era ritirato in
 e Brasi, attaccante di
 ntinuato a calcare i
 n evidente successo
 neroazzurre, del No-
 evigliese.
 ano l'abbiamo incon-
 sualmente da Dullio
 ne è amico oltre che
 o... perso ormai
 o del sabato, in veste
 a quello che eravamo
 occupa un ruolo di indub-



• PRESENT •



Onze identità.

De nieuwe Brand is, meer nog dan een grafisch teken, een identiteitselement dat de manier van 'zijn' van Comelit weergeeft en de manier waarop we gezien wil worden: betrouwbaar, solide en dichtbij.

- HET IS MEER
- DAN ALLEEN
- EEN GRAFISCH
- ONTWERP.

Het teken in het teken.

Om een indruk achter
te laten.

Het nieuwe logo van Comelit heeft een duidelijke identiteit, die nog vóór het typografische ontwerp en de kleuraccenten, wordt bepaald door een grafisch teken dat de eerste twee letters van de naam weergeeft: CO. **Het is een echt teken in een teken, dat een symbool uitdrukt: het oneindige.**

Hiermee benadrukken we de eindeloze continuïteit van een verbintenis **waarin de mens centraal staat**, of dit nu de klant is, de werknemer, de leverancier of de distributeur.

Het is de uitdrukking van een kenmerkende ethiek die perfect aansluit bij de persoonlijkheid en de waarden van Comelit. Een belofte die wordt gerealiseerd door de zekerheden die Comelit **te bieden** heeft.



De cirkel.

Waar begin en
einde samenkomen.

De cirkel is een universeel symbool voor perfectie, totaliteit en gelijktijdigheid. De cirkel weerspiegelt de hemel, het firmament. In de cirkel manifesteert zich de oneindigheid, de eeuwigheid die geen begin en geen einde kent, maar ook de cycliciteit.

OMARMING

SAMENWERKING

SAMEN

BESCHERMING

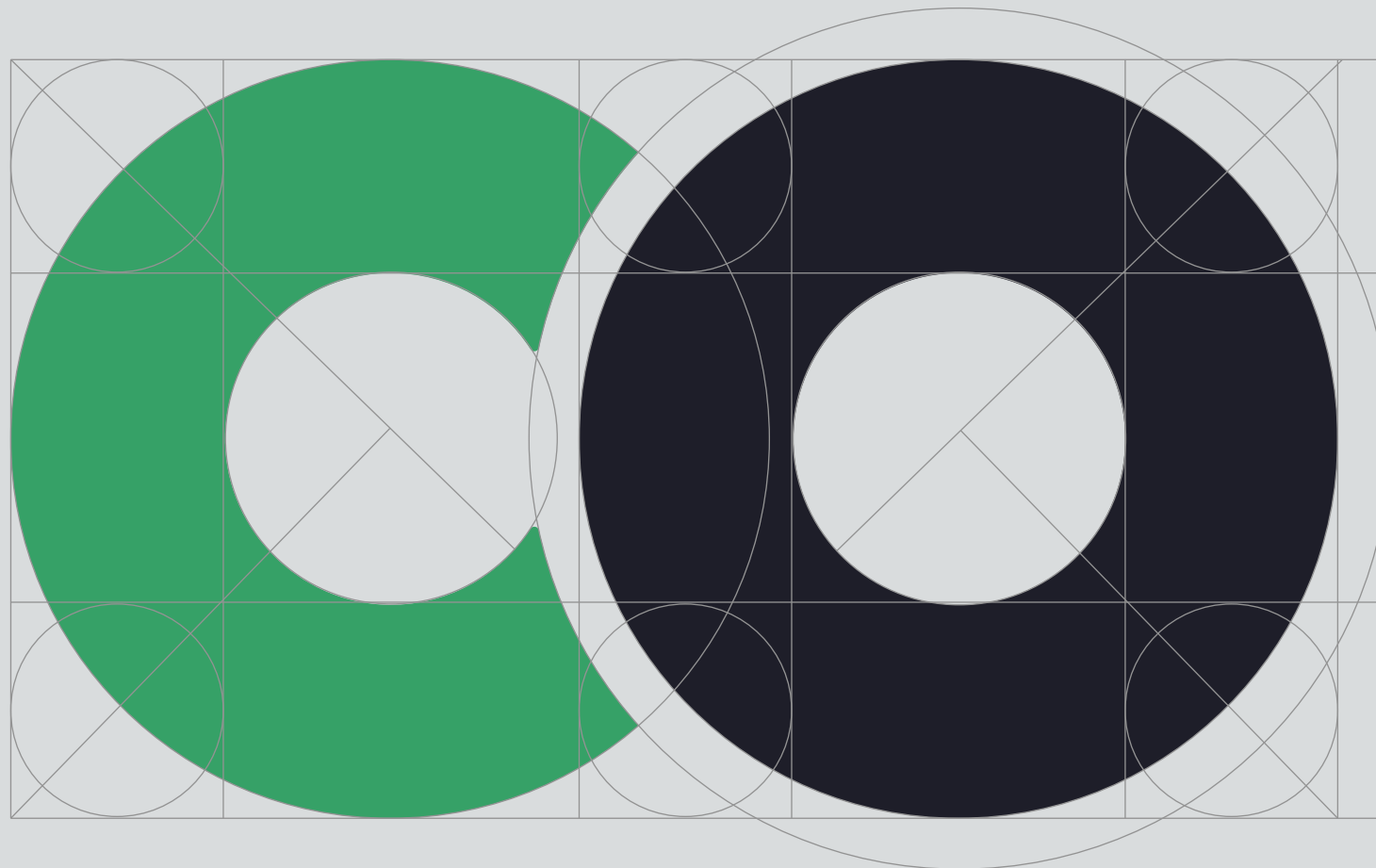
CENTRUM

COMPLEETHEID

ZEKERHEID

ONEINDIGHEID

IN HET VOORVOEGSEL
"CO" LOPEN DE TWEE
LETTERS BIJNA IN
ELKAAR OVER ("WITH
YOU") , WAT VERWIJST
NAAR HET SYMBOOL
VAN DE ONEINDIGHEID
("ALWAYS").
COMELIT WIL DICT
BIJ DE MENSEN STAAN
DOOR TE LUISTEREN
EN PRAKTISCHE HULP
TE BIEDEN.



De volmaakte eenheid.



COOPERATION
CONVERSATION
COMPANY

CONNECTION
COLLABORATION
CORE

COZY

COMMUNICATION
COFFEE

COLOUR

CONCEPT

COMPREHENSION

CONFIDENCY

CONSCIOUSNESS

COALITION

COMPLYING

COLLEAGUE

COMFORTABLE

COOL

CONCENTRATION

CONGRATULATION

CONTEMPORARY

COMPLICITY

Een sterk en duidelijk karakter.

Het lettertype dat gebruikt is voor de **letters** in het nieuwe logo van Comelit weerspiegelt de **persoonlijkheid** van het bedrijf en van zijn mensen. Het neigt **in geen enkel opzicht naar overdrevenheid of aanstellerij**.

Het drukt de manier uit waarop we ons **elke dag inzetten** voor onze klanten of in dialoog gaan met onze leveranciers.

Het streven naar een **gemeenschappelijk doel, zonder compromissen** of bedenkingen, vastberaden en moedig, met passie en verantwoordelijkheid.

HET IS STERK,
ONDSCHIEDEND, UNIEK
EN ORIGINEEL. HET IS ZOALS
WIJ: SOLIDE, HELDER,
ESSENTIEEL, HERKENBAAR EN
BETROUWBAAR.



KARAKTER ————— *KRACH*

————— **VASTBERADENHEID**

LIEFDE ————— WORTELS —————

TOEWIJDING —————

EEN KARAKTERISTIEKE EXPRESSIE VAN ONS WEZEN.



This is Comelit type identity

PUBLISHER
Hoefler&Co

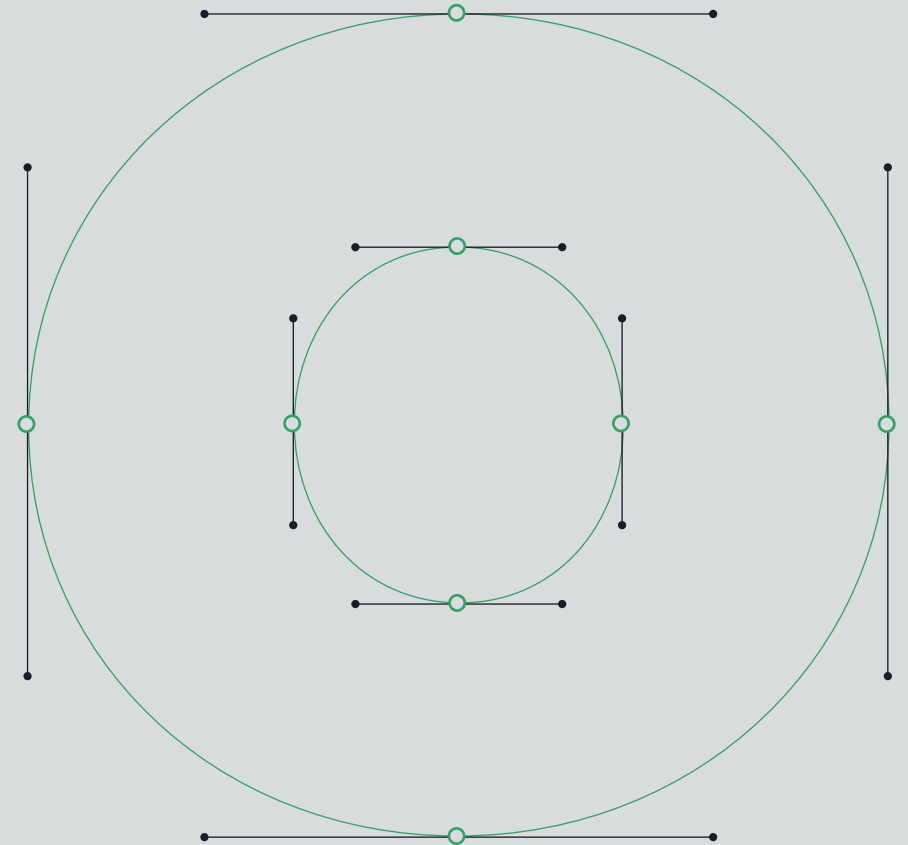
DESIGNER
Tobias Frere-Jones

FAMILIE
Regular, Narrow,
XNarrow, Condensed,
Office, Rounded

EEN VAN DE BEROEMDSTE LETTERTYPES VAN HET NIEUWE MILLENNIUM IS GEÏNSPIREERD OP DE STRATEN VAN NEW YORK. EEN LINEAIR, GEOMETRISCH GESTRUCTUREERD LETTERTYPE DAT DE RATIONALISTISCHE GEEST VAN HET MILLENNIUM WEERGEEFT. EEN LETTERTYPE DAT IS ONTSTAAN OM AUTORITEIT EN GELOOFWAARDIGHEID UIT TE STRALEN, MET EEN EERLIJKE TOON, ASSERTIEF MAAR NOOIT OPDRINGERIG, VRIENDELIJK MAAR NOOIT RAAR, ZELFVERZEKERD MAAR NOOIT AFSTANDELIJK.

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu
Vv Ww Xx Yy Zz**

0123456789



Comelit color emotion map.

De kleur vormt een belangrijk onderdeel van het logo. **Kleuren bezitten het vermogen om emoties en sensaties op te roepen** die de perceptie van een Brand weerspiegelen. **De keuze die klanten maken is voor meer dan 60% gebaseerd op kleur.**

Bij de keuze van de kleuren voor het nieuwe Comelit-logo was het uitgangspunt het nauwe verband tussen kleuren en emoties.



• PABLO PIACASSO •

Kleuren, met hun kenmerken, volgen de veranderingen van emoties.

Groen

Groen staat synoniem aan vertrouwen, het kan aangename en geruststellende gevoelens opwekken, wordt geassocieerd met hoop maar ook met balans en duurzaamheid.

Het bevordert het vermogen om helder te blijven en situaties, zelfs de meest complexe, op een logische en rustige manier te analyseren.

Het maakt ons meer bedachtzaam, kalm en klaar voor actie.

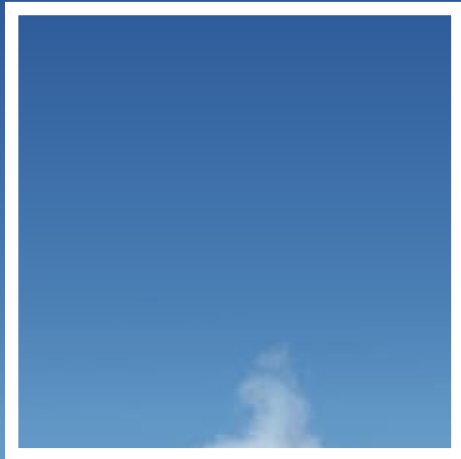
Groen is echter een kleur die al lang in ons logo aanwezig is en die wij wilden benadrukken omdat hij aansluit bij ons streven naar een duurzamere toekomst.

Groen is bij uitstek de kleur van de natuur.



Comelit Green





Comelit Blue

Blauw.

De kleur die complementair is aan groen is blauw, de ultieme koele kleur.

Ook deze kleur staat bekend om zijn kalmerende effect en zijn vermogen om innerlijke balans te bevorderen. Het doet denken aan de zee en het water, de hemel en de oneindigheid.

Blauw is door Comelit opnieuw ontdekt, aangezien deze kleur werd gebruikt in de allereerste logo's van het bedrijf. Verleden en toekomst vallen zo samen.

Kleuren die origineel en uniek zijn, net als wij.

Voor beide kleuren wilden we een originele variant maken, één die volledig aansluit bij onze Brand. Tinten die onze positionering ondersteunen en die ons, eens te meer, uniek en onderscheidend maken.

Green



PANTONE 7480 C

c83 • m0 • y71 • k0
r0 • g188 • b112
#00BC70

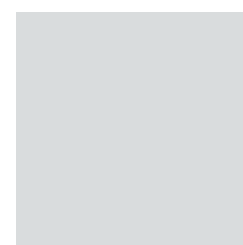
Blue



PANTONE 532 C

c88 • m76 • y53 • k70
r28 • g31 • b43
#1C1F2B

Grey



PANTONE 7541 C

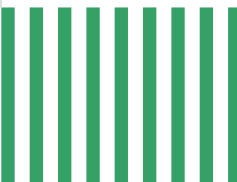
c18 • m9 • y10 • k0
r216 • g223 • b225
#D8DFE1

Visual identity.

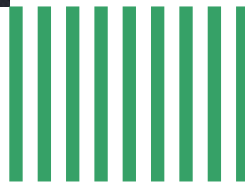
ONZE HUISSTIJL BEVAT ALLE ELEMENTEN WAARMEE COMELIT ZICHZELF WIL IDENTIFICEREN EN WIL COMMUNICEREN. ONS UNIFORM, DE MANIER WAAROP WE ONSZELF PRESENTEREN. UNIEK, ONDANKS DE VELE TOEPASSINGSMOGELIJKHEDEN.











**WITH
YOU
ALWAYS**

COMELIT[®]
WITH • YOU • ALWAYS