

# Nous changeons pour être encore plus nous-mêmes.

---

Une nouvelle  
identité pour  
Comelit.

WITH  
YOU  
ALWAYS

---



• ERACLITO •

Aucun homme n'entre jamais deux fois dans le même fleuve, car le fleuve n'est jamais le même, et il n'est pas le même homme.



# Pourquoi changeons-nous ?

Nous changeons pour être encore plus nous-mêmes. Cela peut sembler un cliché, mais le temps qui passe nous apprend à être introspectifs et à chérir la nouvelle conscience qui a émergé : c'est le processus qui nous a permis d'atteindre la certitude que l'identité visuelle existante, dont la plus haute expression est le nouveau logo, ne représente plus les véritables **valeurs** de **Comelit** : une entreprise **solide, fiable et proche** de ses clients, fournisseurs et collaborateurs.

Le premier résultat de ce parcours a été le nouveau « claim », **With You Always**, qui reflète pleinement notre attitude mais ne marque pas un véritable avant et après dans l'histoire de Comelit. Quelle est donc la prochaine étape ? Nous avons estimé que nous devions prendre des mesures pour représenter et **certifier un véritable changement**, non pas parce que nous pensions que ce qui existait auparavant était vieux ou laid, mais simplement parce qu'il ne convenait plus à ce que nous représentons. **aujourd'hui**. Le nouveau logo, principal vecteur de l'identité visuelle, représente toutes les valeurs qui nous appartiennent et nous rendent **uniques** et compétitifs sur le marché. Un choix stratégique, qui ne repose pas sur une simple question graphique et esthétique, mais vise à promouvoir l'**identification** de Comelit, comme une entreprise **forte, digne de confiance et axée sur les personnes**.

Edoardo Barzasi

# Un groupe de 800 personnes animées par le même esprit.

Dans l'ADN de Comelit, une molécule qui n'a jamais fait défaut est la capacité de mettre les personnes au centre de chaque décision : aussi bien en 1956, lorsque l'entreprise était composée de quelques personnes et travaillait avec des petites entreprises, qu'aujourd'hui, où nous trouvons une entreprise beaucoup plus évoluée, qui emploie plus de 800 personnes et possède 17 filiales dans le monde. Une évolution incroyable qui n'a cependant pas touché à la molécule qui nous accompagne depuis toujours et qui sera le moteur des années à venir : les personnes au centre.



- + Italie
- + Royaume-Uni
- + Pays-Bas
- + Belgique
- + États-Unis
- + Grèce
- + Hong Kong
- + Émirats arabes unis
- + Vietnam
- + France
- + Espagne
- + Allemagne
- + Irlande
- + Singapour
- + Australie
- + Russie
- + Malaisie

# Ce qui nous a inspiré.

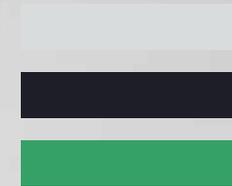
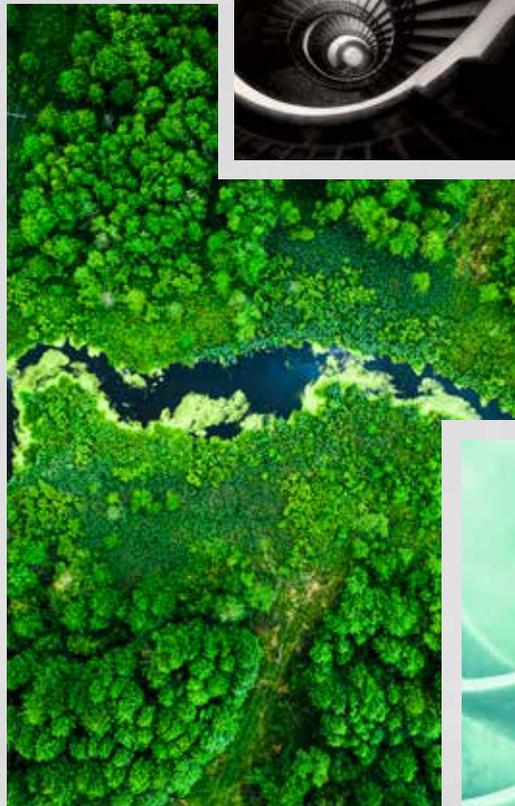
emotions



support



growth



colour palette

serenity



evolution



infinity

# L'essence de la marque.

Qu'est-ce qu'une marque ? À l'origine, le terme **Brand** définit la **marque**, à savoir le nom, le symbole graphique ou une combinaison de ces éléments, qui distingue une entreprise d'une autre.

**PLUS PROFONDÉMENT, LA MARQUE REPRÉSENTE L'IDENTITÉ UNIQUE ET INÉGALABLE D'UNE ENTREPRISE SUR LE MARCHÉ. L'IDENTITÉ D'UNE ENTREPRISE EST DONC L'ESSENCE MÊME DE SA MARQUE.**

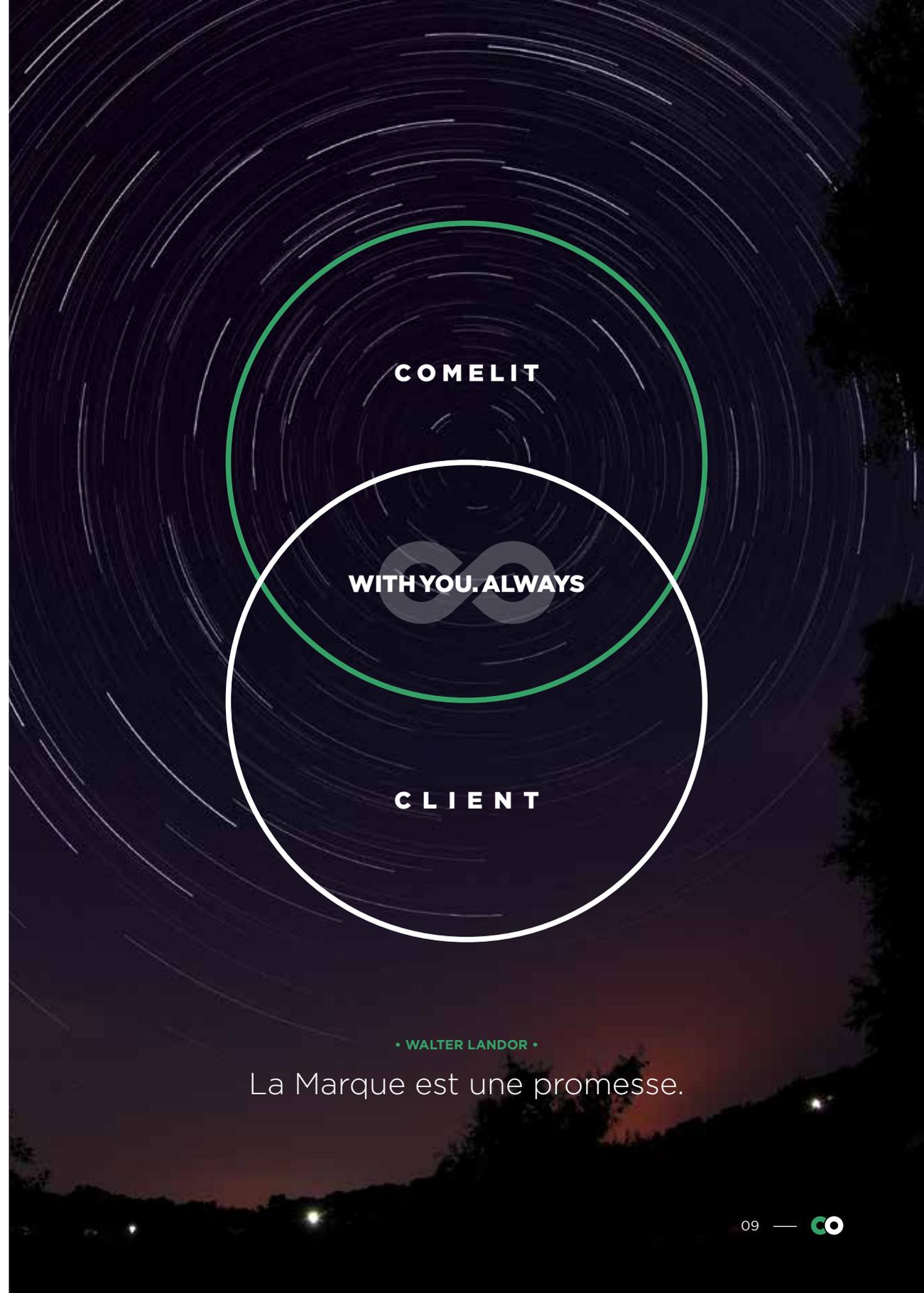
Et, lorsqu'il s'agit d'identité, l'horizon s'élargit : il y a l'histoire d'une entreprise, son produit, l'expérience du client, ... En d'autres termes **la Marque véhicule et communique un univers d'attentes**, des promesses et des valeurs que chacun - employés, concurrents, clients, distributeurs, fournisseurs, actionnaires - perçoit sur le plan émotionnel. Et c'est précisément parce qu'elle est appelée à exprimer l'identité d'une entreprise que la marque connaît inévitablement une **évolution au fil du temps**. Ce changement reflète à la fois l'évolution du

scénario de marché dans lequel l'entreprise évolue et la **prise de conscience** de ce qu'est l'entreprise.

C'est également vrai pour Comelit : le logo et le pay-off qui nous ont accompagnés ces dernières années ne correspondent plus à l'image que nous avons de nous-mêmes aujourd'hui, à notre taille, à nos valeurs, à notre personnalité, au message que nous voulons envoyer au marché, à la robe que nous voulons porter pour continuer à être - comme nous l'avons été - des acteurs de tout premier plan.

Depuis, nous avons grandi, nous nous sommes développés à l'échelle internationale, nous avons considérablement augmenté le nombre de nos employés et nous avons élargi notre gamme de produits.

**LA CHOSE LA PLUS IMPORTANTE QUE NOUS AVONS DÉCOUVERTE EST NOTRE CAPACITÉ À ÊTRE PROCHE DU CLIENT ET À L'AIDER À SE DÉVELOPPER : C'EST NOTRE FORCE, NOTRE SIGNE DISTINCTIF. ET C'EST LA RAISON POUR LAQUELLE NOUS AVONS DÉCIDÉ DE CHANGER NOTRE MARQUE.**



COMELIT

WITH YOU. ALWAYS

CLIENT

• WALTER LANDOR •

La Marque est une promesse.



WITH  
YOU  
ALWAYS

## Une promesse qui est l'essence même de notre engagement.

Quelle est la promesse qui soutient l'**engagement quotidien** de notre entreprise ? Notre nouveau claim "WITH YOU. ALWAYS" est né **de la nécessité** de répondre à cette question. Nous sommes parvenus à la définir de manière **très naturelle**, à travers un processus qui nous a conduits à mettre en évidence nos **valeurs** distinctives : celles qui nous appartiennent et qui amènent un collaborateur à nous chercher, un fournisseur à devenir un partenaire, un client à acheter et à racheter nos produits dans le temps.

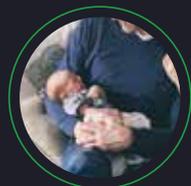
+ rapprochement

+ aide

+ proximité

# La personnalité de la Marque.

Chaque marque exprime une personnalité, à savoir la manière dont elle se présente sur le marché et à ses clients. Les 12 personnalités qui ont été codifiées par le philosophe et psychologue Carl Gustav Jung sont :



## THE CAREGIVER

Il se soucie des autres. On les respecte et on leur fait confiance. Ils sont les icônes du foyer, de la sécurité et de la continuité.



## THE CREATOR

Il construit de nouvelles choses. Il est anticonformiste. Ce qui le motive, c'est de pouvoir s'exprimer.



## THE JESTER

Il exprime l'énergie et le plaisir, l'irrévérence et la spontanéité : Il sait aller au-delà de la manière habituelle de faire les choses.



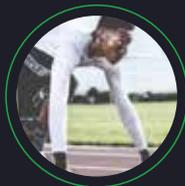
## THE EVERYMAN

En contact avec les autres. Il est concret, amical et peut être utile. Il aime tout simplement être en contact avec les autres.



## THE EXPLORER

Recherche l'authenticité. Il promet de nouvelles expériences et incite les gens à les tenter.



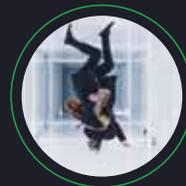
## THE HERO

Il agit avec courage. Force et puissance, il crée l'innovation et a un fort impact sur le monde.



## THE INNOCENT

Il exprime la foi ou l'optimisme. L'innocent en chacun de nous rêve d'un monde parfait où chacun est libre d'être lui-même.



## THE MAGICIAN

Il transforme les rêves en réalité, créant du plaisir grâce à son imagination et son esprit.



## THE REBEL

Il enfonce les règles. Il n'est peut-être pas admiré, mais il est certainement heureux d'être craint.



## THE RULER

Il exerce le contrôle. Il dicte les règles que les autres suivent ensuite.



## THE SEDUCER

Il trouve et donne l'amour. Il est romantique et aime le luxe et la qualité. On peut facilement en tomber amoureux...



## THE SAGE

Il comprend le monde. Il est réfléchi et a une attitude indépendante.

## THE CAREGIVER



With You.  
Always.

Caregiver définit notre personnalité, **With You Always** est la devise qui nous permet de le communiquer à notre monde.





Avec quels instruments, avec quels modes de langage.

Parler aux **personnes** avec un nouveau langage, des outils spécifiques, une communication «sur mesure».

**Toujours** dans tout ce que nous faisons, dans tout ce que nous communiquons, hors ligne et en ligne.

C'est une **attitude innée** que nous avons chez Comelit et qui fait partie de notre personnalité. Et qui se traduit par un engagement total dans cette direction.

« With you always » signifie être **aux côtés des utilisateurs de nos produits** pour toutes leurs nécessités : dans la phase de recherche et de développement afin d'offrir des solutions simples à installer, faciles à programmer et fiables à gérer ; dans la phase de conception et de budgétisation afin de les aider à identifier la combinaison de produits la plus appropriée pour atteindre les performances requises ; dans la phase d'installation afin de surmonter les éventuelles difficultés ; dans la phase d'après-vente afin de s'assurer que chaque projet répond aux attentes des clients ; dans la phase de formation afin de soutenir leur développement professionnel.

« With you always » signifie être proche de **nos premiers clients, les distributeurs**, pour construire **des synergies** commerciales, opérationnelles et logistiques qui les aideront à s'engager sur un chemin de croissance commun et leur permettront de satisfaire leurs clients.

« With you always » signifie nouer **des partenariats de valeur avec nos fournisseurs**, les aider à répondre à nos requêtes, les soutenir dans la phase de fabrication de nos produits et de leurs composants.

« With you always » est notre façon d'être **aux côtés de nos collaborateurs**, dans tous les sites de Comelit dans le monde, en leur offrant un environnement de travail confortable pour développer leurs compétences et leur professionnalisme, facilitant ainsi leur travail quotidien.

---

**« WITH YOU ALWAYS » : UNE PROMESSE QUI EST L'ESSENCE MÊME DE NOTRE ENGAGEMENT.**

# Changer signifie évoluer.

S'il est vrai que l'identité d'une entreprise est l'essence de sa marque, pour nous, chez Comelit, changer de logo et de pay-off est un choix qui découle du besoin d'être encore plus cohérent avec nous-mêmes.

---

NOTRE NOUVELLE MARQUE EXPRIME  
NOS VALEURS LES PLUS AUTHENTIQUES.  
TOUS CES ÉLÉMENTS APPARTIENNENT À  
LA SPHÈRE DU CAREGIVER, QUI INCARNE  
NOTRE PERSONNALITÉ ET TROUVE DANS  
LE CLAIM « WITH YOU ALWAYS » SON  
MODE D'EXPRESSION.





## + **Solidité.**

Nous sommes une entreprise fiable et bien positionnée, un partenaire de confiance pour nos partenaires, distributeurs, installateurs et la chaîne d'approvisionnement.

---

En tant qu'entreprise solide et fiable, nous sommes également très fiers de ce que nous sommes et de la valeur ajoutée que nous sommes en mesure de transmettre à tous nos interlocuteurs.

---



**Transparence.**



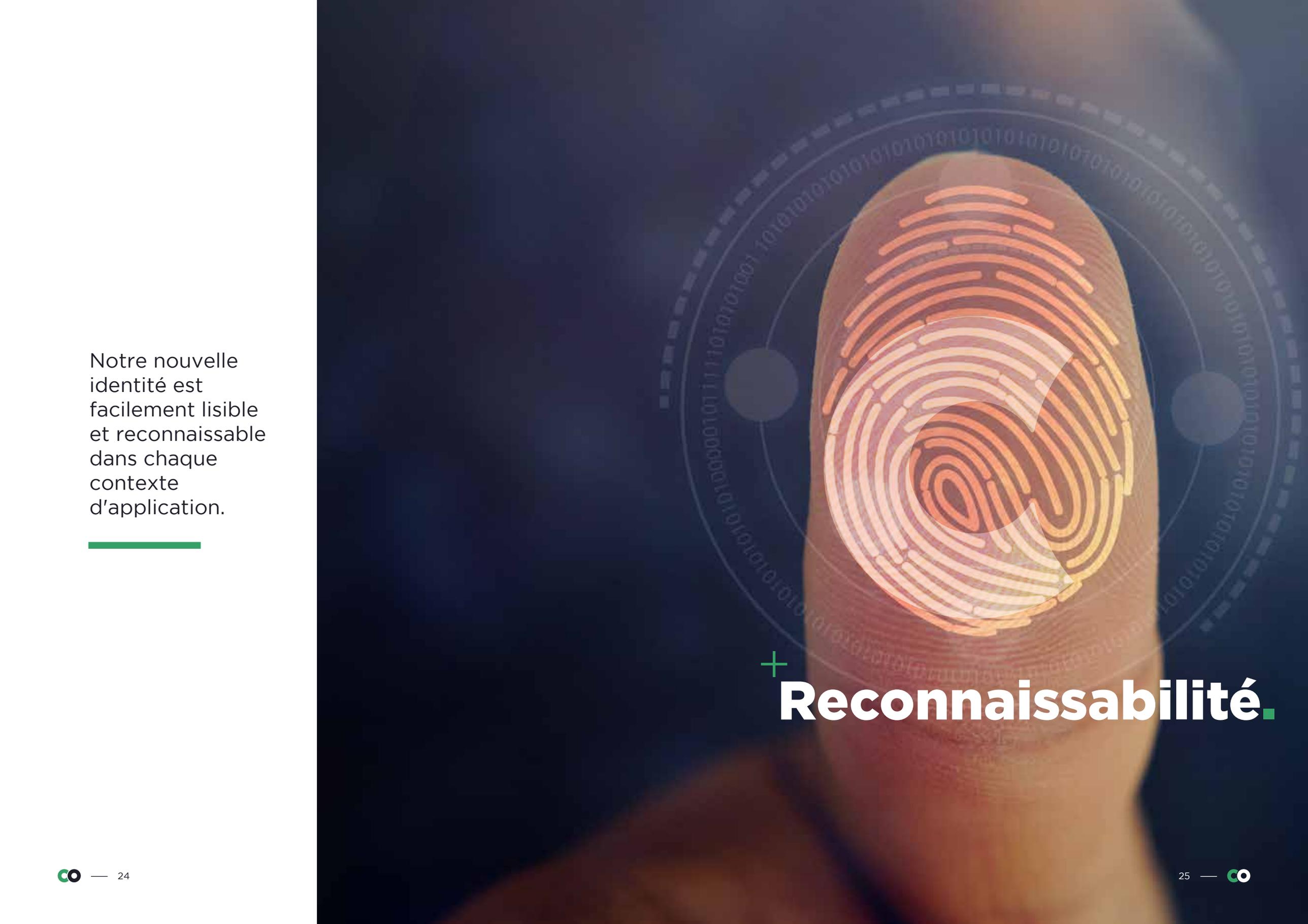
## + Essentialité.

La conscience de notre valeur et le caractère concret si caractéristique de notre ADN nous permettent de faire de la simplicité le symbole de chaque relation de travail.

---

Notre nouvelle  
identité est  
facilement lisible  
et reconnaissable  
dans chaque  
contexte  
d'application.

---



+ **Reconnaissabilité.**



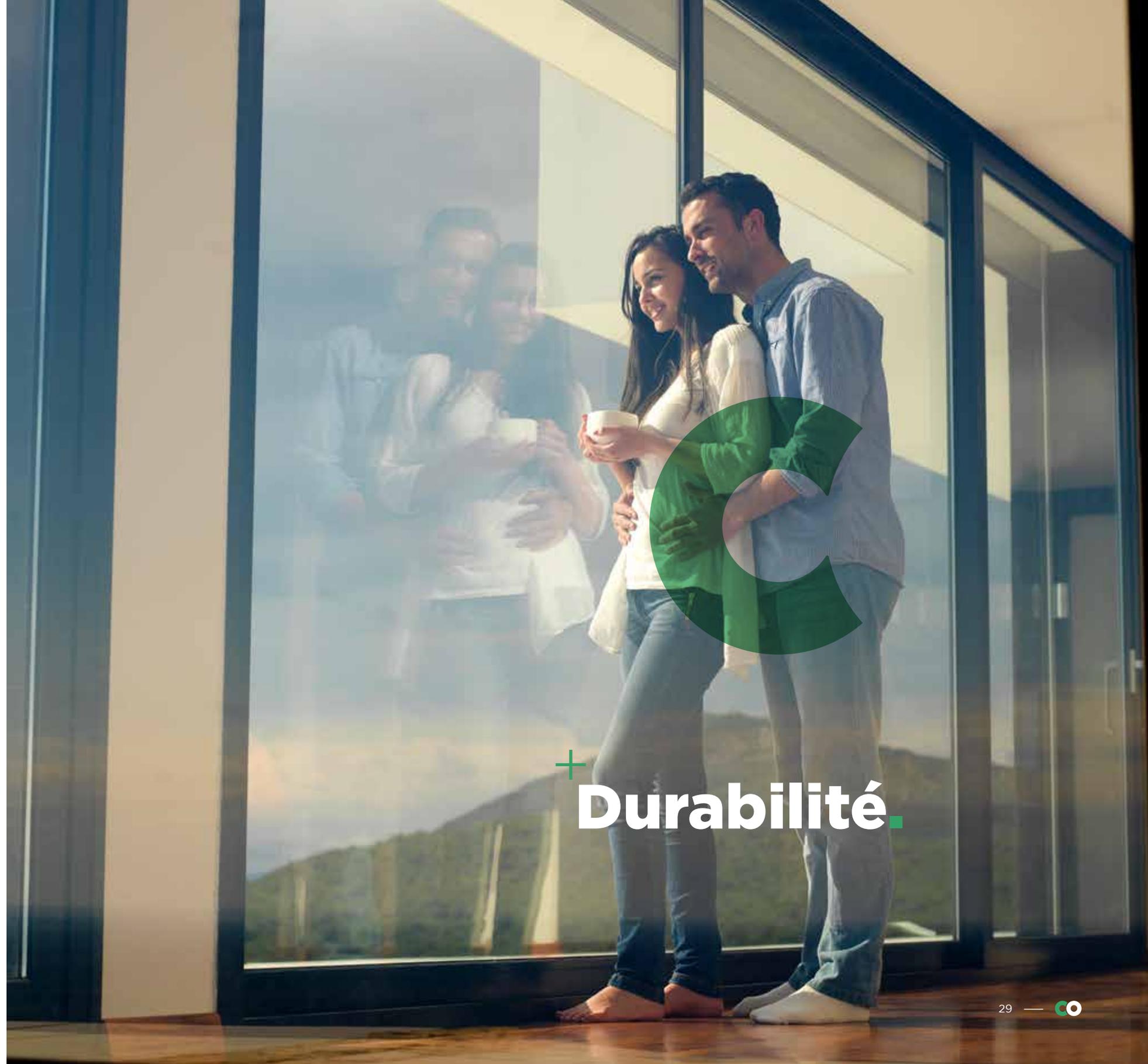
## + Proximité.

Cela signifie la certitude d'une entreprise qui vous accompagne dans chaque situation pour vous aider à vous développer professionnellement et vous soutenir dans chaque besoin, en vous offrant la meilleure solution.

---

Nous voulons  
contribuer à  
améliorer le  
monde dans  
lequel nous vivons  
en mettant nos  
compétences  
au service des  
besoins des  
personnes  
en matière  
de sécurité,  
d'accessibilité  
et de  
communication,  
le tout avec des  
propositions  
durables.

---



+  
**Durabilité.**

# Brand evolution.

• HENRY MILLER •

La destination n'est jamais un lieu, mais une nouvelle façon de voir les choses.

• PAST •



• PRESENT •

CHANGER LE LOGO DEMANDE DE LA CONVICTION, DU COURAGE ET DE LA VISION. MAIS AVANT TOUT, LA CONSCIENCE DE SOI. C'EST LE DÉBUT D'UN NOUVEAU VOYAGE. ET NOUS SOMMES PRÊTS À LE FAIRE, ÉTAPE PAR ÉTAPE.

La «COMELIT» di S. Lorenzo di Rovetta  
 qualità e prestigio  
 di-  
 che  
 LE?  
 sono  
 li per  
 1999 cito  
 della 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  
 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 orn  
 o del sabato, in veste  
 a quello che eravamo  
 occupa un ruolo di indub-



• PRESENT •



# Notre identité.

La nouvelle marque, avant même d'être un signe graphique, est un élément d'identité qui exprime la manière d'être de Comelit et la façon dont notre entreprise veut être perçue : fiable, solide, proche.

CE N'EST PAS  
SEULEMENT  
UNE QUESTION  
DE GRAPHISME.

# Le signe dans le signe.

Pour laisser une marque.

Le nouveau logo Comelit a une identité précise dérivant, avant même le design typographique et le caractère chromatique, de la construction d'un signe graphique qui définit ses deux premières lettres : CO. **C'est un véritable signe dans le signe, qui identifie un symbole : l'infini.**

Il affirme la continuité sans fin d'un engagement qui **qui place la personne au centre**, que ce soit un client, un collaborateur, un fournisseur ou un distributeur.

Il est l'expression d'une éthique distinctive, parfaitement en phase avec la personnalité et les valeurs de Comelit. Une promesse qui devient réalité par la présence pleine de certitudes que Comelit **est prête** à offrir.



# Le cercle.

Où le début et la fin  
coïncident.

EMBRASSE

COLLABORATION

ENSEMBLE

PROTECTION

CENTRE

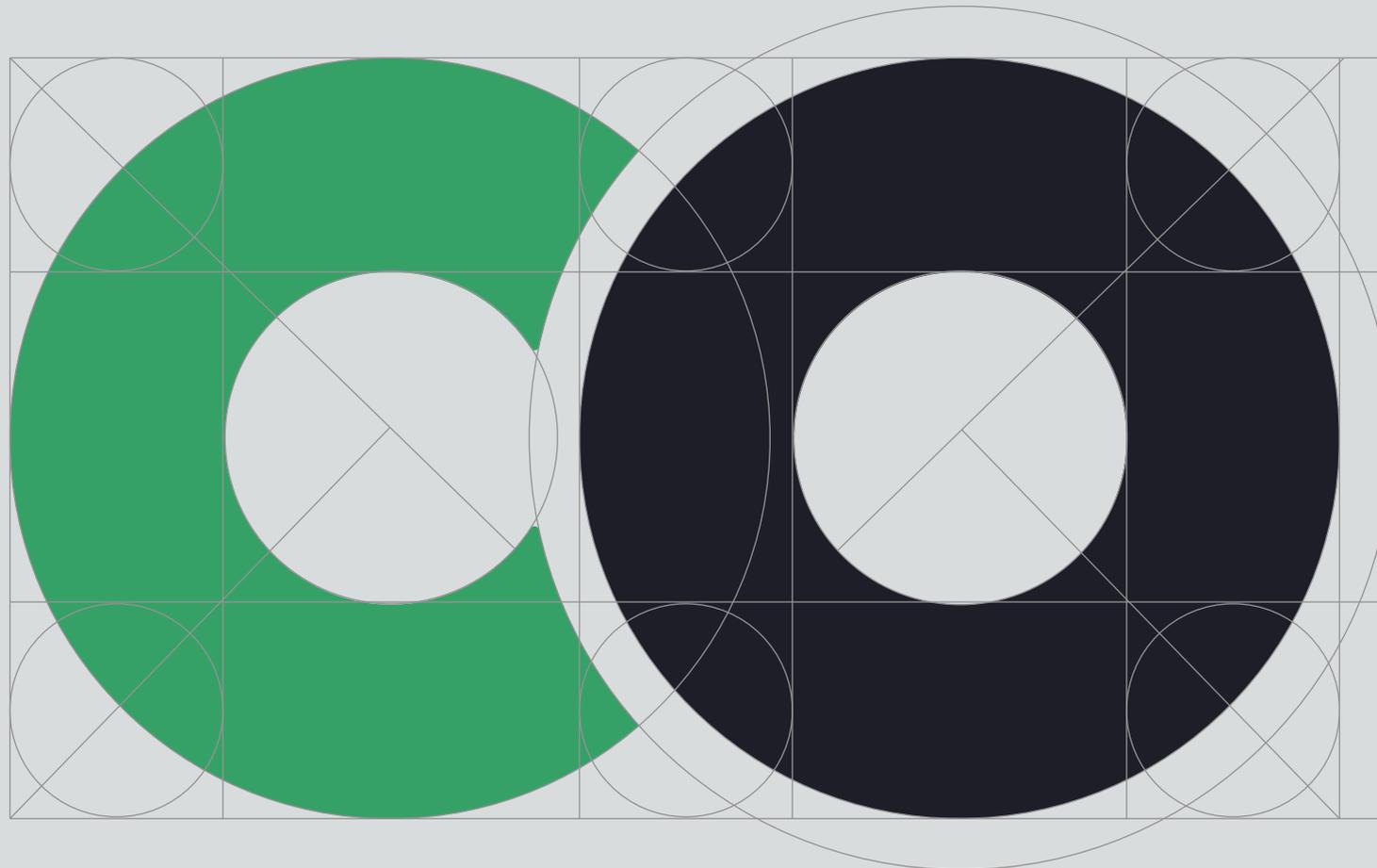
COMPLÉTUDE

SÉCURITÉ

INFINI

Le cercle est un symbole universel de perfection, de totalité et de simultanéité. Le cercle reflète le ciel, le firmament. Dans le cercle, l'infini se manifeste, l'éternité qui n'a ni début ni fin, mais aussi la cyclicité.

DANS LE PRÉFIXE  
« CO », LES DEUX  
LETTRES S'INTÈGRENT  
L'UNE À L'AUTRE  
JUSQU'À PRESQUE SE  
CONFONDRE (« WITH  
YOU »), RAPPELANT LE  
SYMBOLE DE L'INFINI  
(« ALWAYS »).  
COMELIT VEUT  
ÊTRE PROCHE DES  
PERSONNES EN LES  
ÉCOUTANT ET EN LEUR  
APPORTANT UNE AIDE  
CONCRÈTE.



# La perfection de l'union.



COOPERATION  
CONVERSATION  
COMPANY  
CONNECTION  
COLLABORATION  
CORE  
COZY  
COMMUNICATION  
COFFEE  
COLOUR  
CONCEPT  
COMPREHENSION  
CONFIDENCY  
CONSCIOUSNESS  
COALITION  
COMPLYING  
COLLEAGUE  
COMFORTABLE  
COOL  
CONCENTRATION  
CONGRATULATION  
CONTEMPORARY  
COMPLICITY

# Un caractère fort et distinctif.

Le caractère utilisé pour le **lettrage** du nouveau logo de Comelit reflète la **personnalité** de l'entreprise et des personnes qui en font partie. Il ne concède **rien au superflu et à son oisiveté**. Il exprime la manière dont nous vivons notre **engagement quotidien** au service de nos clients ou dans le dialogue avec nos fournisseurs.

S'efforcer d'atteindre un **objectif commun, sans compromis** ni hésitation, avec détermination et courage, avec passion et responsabilité.

---

IL EST FORT, DISTINCTIF,  
UNIQUE ET ORIGINAL.  
IL EST COMME NOUS :  
SOLIDE, CLAIRE, ESSENTIEL,  
RECONNAISSABLE, FIABLE.



CARACTÈRE ——— *FORCE*

**DÉTERMINATION**

AMOUR ——— RACINES ———

**ENGAGEMENT** ———

UN CARACTÈRE QUI EST L'EXPRESSION DE NOTRE ÊTRE.



# This is **Comelit** type identity

**PUBLISHER**  
Hoefler&Co

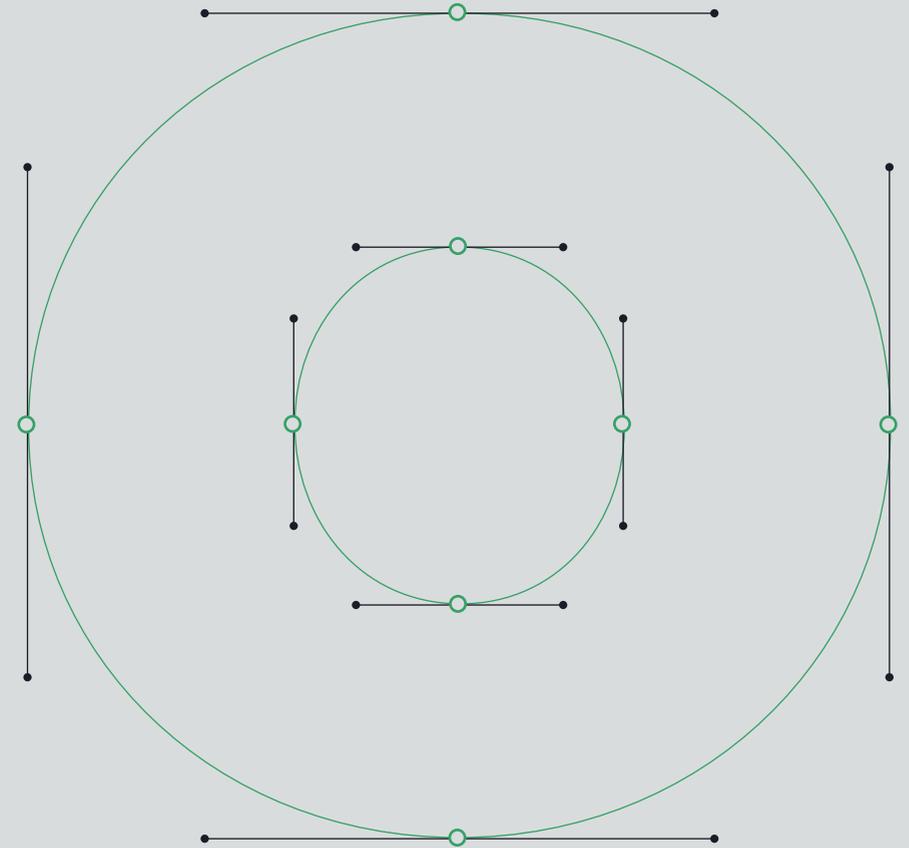
**DESIGNER**  
Tobias Frere-Jones

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

L'UN DES CARACTÈRES LES PLUS CÉLÈBRES DU NOUVEAU MILLÉNAIRE S'INSPIRE DES RUES DE NEW YORK. UN CARACTÈRE LINÉAIRE, À STRUCTURE GÉOMÉTRIQUE, QUI VEUT CAPTURER L'ESPRIT RATIONALISTE DU MILLÉNAIRE. UN PERSONNAGE NÉ POUR COMMUNIQUER AUTORITÉ ET CRÉDIBILITÉ, AVEC UN TON HONNÊTE, ASSERTIF MAIS JAMAIS IMPOSANT, AMICAL MAIS JAMAIS FOU, CONFIAINT MAIS JAMAIS DISTANT.

**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.

La couleur est un élément essentiel d'un logo. **Les couleurs ont le pouvoir de susciter les émotions et les sensations** qui se reflètent sur la perception d'une marque. **La couleur détermine plus de 60 % des choix des clients.**

Lors du choix des couleurs pour le nouveau logo de Comelit, le point de départ était le lien étroit entre les couleurs et les émotions.



• PABLO PICASSO •

Les couleurs, comme les traits, suivent les changements d'émotions.

# Le vert.

Le vert est synonyme de confiance, capable d'inspirer des sentiments agréables et rassurants, associé à l'espoir mais aussi à l'équilibre et à la durabilité.

Il a le pouvoir de stimuler la capacité à rester lucide et à analyser les situations, même les plus complexes, de manière logique et calme.

Il nous rend plus réfléchis, plus calmes et plus prêts à agir.

Mais le vert est aussi une couleur présente depuis longtemps dans notre logo et que nous avons voulu confirmer parce qu'il est cohérent avec notre engagement pour un présent plus durable.

Le vert est la couleur de la nature par excellence.



**Comelit Green**





**Comelit Blue**

# Le bleu.

S'intégrant au vert, le bleu est la couleur froide par excellence.

Il est également célèbre pour ses effets relaxants, qui favorisent l'équilibre intérieur d'une personne..

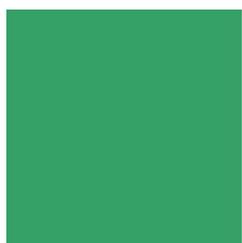
Il évoque la mer et l'eau, le ciel et l'infini.

Mais pour Comelit, le bleu est aussi une redécouverte : cette couleur était en effet présente dans les premières marques de l'entreprise. Le passé et le futur, ils se soudent ainsi ensemble.

# Des couleurs originales et uniques, comme nous.

Pour ces deux couleurs, nous avons voulu créer des versions originales, totalement adaptées à notre marque. Des teintes qui soutiennent notre positionnement et le rendent, une fois de plus, unique et distinctif.

## 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.

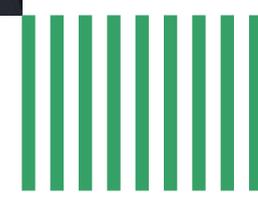
NOTRE IDENTITÉ VISUELLE ENGLOBE TOUS LES ÉLÉMENTS  
AVEC LESQUELS COMELIT ENTEND SE DÉCRIRE ET  
COMMUNIQUER. C'EST NOTRE TENUE, NOTRE FAÇON DE NOUS  
PRÉSENTER. UNIQUE DANS SES NOMBREUSES APPLICATIONS  
POSSIBLES.











**WITH  
YOU  
ALWAYS**

**COMELIT**<sup>®</sup>  
WITH • YOU • ALWAYS