



# Charte graphique transverse

**atlantic**





# Introduction

Cette charte est le reflet de la vision globale Atlantic et vise à établir un discours et une image de marque cohérents.

L'objectif est d'uniformiser la prise de parole pour transmettre un message clair et unifié. Conçue pour être transverse, cette charte est le document de référence pour chaque pôle : HOME, SYSTÈMES et DMR et prises de parole transverses.

En suivant ces guidelines, nous garantissons une communication qui est non seulement professionnelle, mais également en alignement avec les valeurs d'Atlantic.

Vous découvrirez dans cette charte une gamme étendue de sujets et de supports : des principes rédactionnels pour différents types de documents et des directives graphiques pour le print, digital et vidéo, avec leurs déclinaisons BtoB & BtoC.





# Qui sommes-nous

La marque Atlantic dispose d'une forte notoriété et visibilité dans le domaine du résidentiel individuel. Afin de répondre aux différents besoins de ce dernier, Atlantic est composée de différents pôles à savoir :

## RECS

(Radiateurs et Eau  
Chaude Sanitaire)

## ACTA

(Climatisation et  
Traitement d'Air)

## APC

(Pompes à Chaleur  
et Chaudières).

atlantic



**atlantic**

systèmes

Pour lui permettre d'être aussi identifiée comme un acteur incontournable du HVAC sur les marchés collectif, tertiaire et industrie, un territoire de communication spécifique a été conçu autour de l'appellation : Atlantic Systèmes.

Parce que les besoins des marchés collectifs et tertiaires se complexifient un peu plus chaque jour, Atlantic a mis en place une approche systémique des problématiques. C'est cette approche spécifique qui a abouti à une nouvelle dénomination : Atlantic Systèmes Collectif & Tertiaire.

**atlantic**



# SOMMAIRE

# 1. LE LOGOTYPE 08

## 1.1 LES LOGOTYPES 9

Les 3 typologies.....9

Cas d'usage en un coup d'œil .....10

Utilisation de la frise RTB .....11

Placement .....12

Dimensions du logo et marges formats standards .....13

Dimensions de la frise RTB et positionnement.....14

Dimensions du logo, de la frise RTB et marges formats étroits .....15

## 1.2 LE LOGOTYPE ATLANTIC 17

Cas d'usage transverse.....17

Couleurs .....18

Zone de protection et taille minimale .....19

Les utilisations en monochrome.....20

Les interdits .....21

Utilisation sur fonds clairs, moyens et foncés .....22

## 1.3 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« On est bien chez vous » .....24

Cas d'usage Home .....24

Couleurs .....25

Zone de protection et taille minimale .....26

Les utilisations en monochrome.....27

Les interdits .....28

Utilisation sur fonds clairs, moyens et foncés .....29

## 1.4 LE LOGOTYPE ATLANTIC SYSTÈMES 31

Cas d'usage .....31

Couleurs, zone de protection et taille minimale.....32

Les interdits .....33

Utilisation sur fonds clairs, moyens et foncés .....34

Positionnement du logo et marges .....35

Dimensions de la frise RTB et positionnement.....36

## 1.5 LE LOGOTYPE ATLANTIC SERVICES 38

Cas d'usage Services .....38

Couleurs, zone de protection et taille minimale.....39

Les interdits .....40

Couleurs, zone de protection et taille minimale Stamp 41

## 1.7 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« Pour les Pros » .....43

Cas d'usage .....43

Couleurs, zone de protection et taille minimale.....44

Les interdits .....45

## 1.8 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« Pour les installateurs » .....47

Cas d'usage .....47

Couleurs, zone de protection et taille minimale.....48

Les interdits .....49



# SOMMAIRE

## 2. L'UNIVERS GRAPHIQUE 50

### 2.1 GAMME CHROMATIQUE 51

Couleurs transverses..... 51

Couleurs transverses exemples..... 52

Couleurs des pôles..... 53

Couleurs secondaires / Couleurs produits..... 55

Couleurs Services..... 56

### 2.2 LES PICTOGRAMMES 57

Les pictogrammes « plus produit » .....57

Les pictogrammes techniques ..... 58

### 2.3 LES TYPOGRAPHIES 60

### 2.4 LA BULLE 62

Les règles..... 62

Les usages..... 64

Les interdits ..... 65



# SOMMAIRE

## 3. LES MISES EN APPLICATION 66

### 3.1 SUPPORTS PRINT

66

L'iconographie .....	67
Les catalogues .....	77
Les totems produits.....	107
Documentations commerciales - BtoC .....	129
Fiches produits - BtoC .....	130
Fiche prescription - DMR.....	134

### 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE 135

Bureautique print .....	136
Bureautique digitale .....	141

### 3.4 VIDÉO

153

Tone of voice .....	149
Vidéo de lancement de produit - BtoB.....	151
Vidéo de présentation produit - BtoB.....	152
Vidéo de présentations Live, Report Event, Séminaire	153
Vidéo Promo .....	154
Vidéo BtoC .....	155
Spot TV BtoC.....	159
Vidéo BtoB.....	160
Vidéo Atlantic Systèmes .....	163
Sous-titres .....	166
Recommandations de durée.....	167



# 1. LE LOGOTYPE

## 1.1 LES LOGOTYPES

### 1.2 LE LOGOTYPE ATLANTIC

### 1.3 LE LOGOTYPE ATLANTIC « On est bien chez vous »

### 1.4 LE LOGOTYPE ATLANTIC Systèmes

### 1.5 LE LOGOTYPE ATLANTIC Services

### 1.6 LE LOGOTYPE ATLANTIC « Pour les Pros »

### 1.7 LE LOGOTYPE ATLANTIC « Pour les installateurs »





# 1.1 LES LOGOTYPES

## Les 3 typologies

Il existe **3 typologies** de logo, avec des usages bien précis.

The word "atlantic" in a bold, red, lowercase sans-serif font.

**Transverse** : quand il s'agit d'une prise de parole transverse ou commune à plusieurs pôles dès deux pôles : HOME – SYSTÈMES – DMR.

**BtoB** : quand il s'agit d'une prise de parole à l'intention des professionnels (installateurs, distributeurs, sociétés de rénovation...) et qu'il peut y avoir confusion entre la cible pro (BtoB) et BtoC.

The word "atlantic" in a bold, red, lowercase sans-serif font.

On est bien chez vous.

**BtoC** : quand il s'agit d'une prise de parole à destination des clients finaux (BtoC).

The word "atlantic" in a bold, red, lowercase sans-serif font.The word "systèmes" in a white, lowercase sans-serif font, set within a blue parallelogram shape.

Quand il s'agit d'une prise de parole Atlantic Systèmes.

# 1.1 LES LOGOTYPES

Cas d'usage en un coup d'œil

**atlantic**

On est bien chez vous.

## Usages BtoC :

### Print

- Catalogue Grand Public
- Dossiers de presse
- Fiches produits BtoC
- Promo
- Flyers
- Documentations commerciales

### Digital

- CRM
- Supports digitaux BtoC
- Site Atlantic.fr
- Radio
- TV

### Vidéo

- Intro vidéo

**atlantic**

## Usages BtoB et transverses :

### Print

- Catalogues
- Dossiers de presse
- Bureautique
- Supports print : fiches produits, documentations commerciales, présentations force de vente, flyers
- Totems point de vente
- Promo installateurs
- Packaging
- Merchandising
- Salons et événements

### Digital

- Site Atlantic pour les Pros
- Supports digitaux

### Vidéo

- Intro/Outro Atlantic

**atlantic**

**sysèmes**

## Pour les supports Atlantic Systèmes uniquement :

### Print

- Catalogues
- Dossiers de presse
- Bureautique
- Supports print :  
fiches produits, documentations commerciales, présentations force de vente, flyers
- Totems point de vente
- Promo
- Packaging
- Merchandising
- Salons et événements

### Digital

- CRM, supports digitaux

### Vidéo

- Intro vidéo



# 1.1 LES LOGOTYPES

## Utilisation de la frise RTB

**La frise RTB est un élément complémentaire au logotype,** nécessaire dans les documents print ainsi que les outro de vidéos.

Lors de l'utilisation de la frise sur un fond visuel, elle pourra être utilisée en blanc.

Pour le territoire Systèmes, seule la mention « Marque française » est utilisée.

The Atlantic logo, featuring the word "atlantic" in a bold, lowercase, red sans-serif font.The Atlantic logo, featuring the word "atlantic" in a bold, lowercase, red sans-serif font.

On est bien chez vous.

- MARQUE FRANÇAISE
- RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS
- SOLUTIONS CONNECTÉES

The Atlantic logo, featuring the word "atlantic" in a bold, lowercase, red sans-serif font.The Atlantic Systèmes logo, featuring the word "systèmes" in a white, lowercase, sans-serif font, set against a blue parallelogram background.

- MARQUE FRANÇAISE

# 1.1 LES LOGOTYPES

## Placement

### Le système graphique

Les informations des couvertures des catalogues et des leaflets doivent être positionnées dans des zones précises présentées ci-contre.

- Le logotype Atlantic est toujours en haut à gauche,
- Les titres, sous-titres et visuels sont placés librement dans l'espace central,
- La frise RTB se positionne en bas

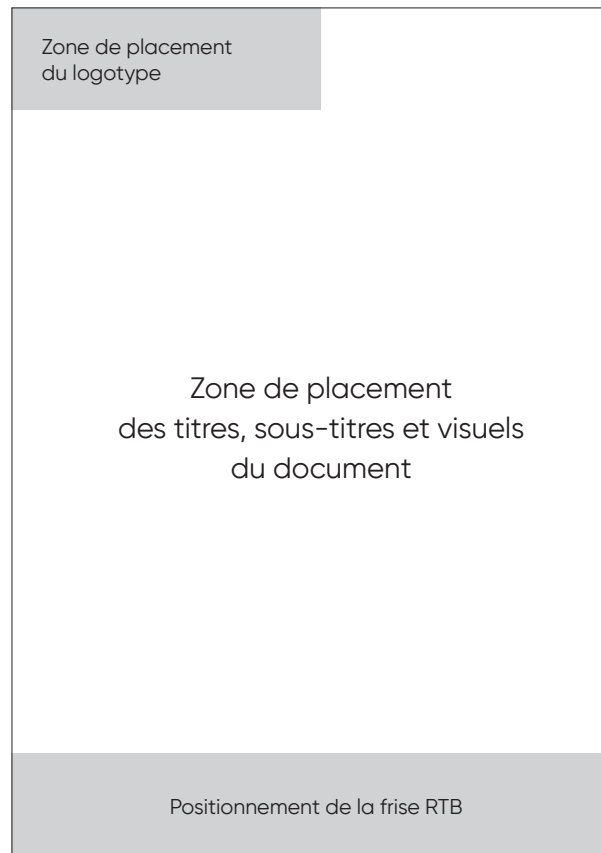


Schéma de présentation des différentes zones des couvertures. Retrouvez les cotations en page 12 et 14.







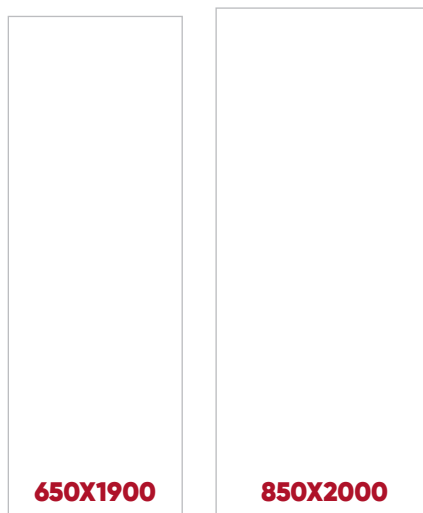


# 1.1 LES LOGOTYPES

Dimensions du logo, de la frise RTB et marges formats étroits

Concernant les formats prints verticaux dont la hauteur est bien supérieure à la largeur tels que les totems, les kakemonos ou les rolls-up. La taille du logo Atlantic est déterminée par le calcul suivant : **30 % de la largeur du support.**

**Frise RTB :** se place en bas de votre document et doit faire une largeur totale équivalente à **72 % de la largeur du support** et doit avoir des marges égales de chaque côté.



exemples de formats verticaux

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

**NOUVEAU**

NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
apicilis min eicilissit res quam  
quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
quid quibus modis quotem  
voluptasium sitatio.

Argument produit numéro 3  
te velit, quantis et volupta  
tina volor adigentem.

**EXCEPTIONNEL**

**000 €**

Ici viendra  
une accroche  
prix

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

72%

La marge doit s'appliquer  
selon le schéma suivant.

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

**NOUVEAU**

NOM DU PRODUIT

# 1.2

## LE LOGOTYPE ATLANTIC

---

Cas d'usage transverse p. 17

---

Couleurs p. 18

---

Zone de protection  
et taille minimale p. 19

---

Les utilisations  
en monochrome p. 20

---

Les interdits p. 21

---

Utilisation sur fonds clairs,  
moyens et foncés p. 22



## 1.2 LE LOGOTYPE ATLANTIC

### Cas d'usage transverse

1 Nom de la marque

#### USAGE TRANSVERSE :

Quand il s'agit d'une prise de parole commune à tous les pôles, dès 2 pôles : HOME – SYSTÈMES – DMR.

#### USAGE BtoB :

Quand il s'agit d'une prise de parole à l'intention des professionnels (installateurs, distributeurs, sociétés de rénovation...) et qu'il peut y avoir confusion entre la cible pro (BtoB) et BtoC.

#### CAS D'USAGES :

##### Print

- Catalogues
- Dossiers de presse
- Bureautique
- Supports print : fiches produits, documentations commerciales, présentations force de vente, flyers
- Totems point de vente
- Promo
- Packaging
- Merchandising
- Salons et événements

##### Digital

- Site Atlantic pour les Pros
- Supports digitaux

##### Vidéo

- Intro/Outro Atlantic



atlantic

1



# 1.2 LE LOGOTYPE ATLANTIC

## Couleurs

Le logotype Atlantic doit toujours être utilisé dans sa couleur rouge.

Toutefois, une version en réserve blanche est possible pour les usages sur fonds de couleurs denses ou photographiques qui viendraient perturber leur lisibilité (comme sur les vidéos par exemple).

### COULEURS :

Pour s'adapter au mode de reproduction visé, il existe plusieurs configurations de couleurs.

Le RVB doit toujours être utilisé pour les écrans (et uniquement pour les écrans).

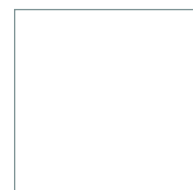
Pour l'impression (print) en quadrichromie, choisir le CMJN.

Pour les impressions (print) en tons directs, utiliser les versions Pantone.



**Rouge** Pantone® 485 C  
**RAL** 302  
**HEX** #EE3124

C	0	R	192
M	95	V	35
J	100	B	39
N	0		



**HEX** #ffffff

C	0	R	255
M	0	V	255
J	0	B	255
N	0		

## 1.2 LE LOGOTYPE ATLANTIC

### Zone de protection et taille minimale

**L'usage du logo est défini dans une zone dite de « protection ».**

Cette zone doit impérativement être respectée pour maximiser la lisibilité du logotype et garantir l'identité de la marque.

Cette zone de protection est valable pour l'ensemble des supports prints (excepté les marquages produits) et digitaux.

ZONE DE PROTECTION :



Le « **a** » est la base de référence pour définir la zone de protection.

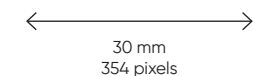


**REMARQUE :**

Pour les marquages des goodies de petite taille comme les stylos par exemple. Il est recommandé d'utiliser uniquement le logo seul afin de préserver sa lisibilité.

**TAILLE MINIMALE :**

**atlantic**



## 1.2 LE LOGOTYPE ATLANTIC

### Les utilisations en monochrome

Certains procédés requièrent une **version monochrome** du logotype.

Le logotype en niveaux de gris est utilisé en impression noir et blanc, où la couleur ne peut être reproduite.

Les versions monochromes sont utilisées pour des impressions en une seule couleur.

**Dans la mesure du possible, la version grise sera préférée.**

NB : une version monochrome (**noir 100%**) peut être utilisée comme fichier de base pour des procédés sans couleur tels que : l'embossage, la découpe, la gravure, le marquage ou la broderie.



← **EN RÉSERVE**

atlantic

← **MONOCHROME  
GRIS (NOIR 60%)**

#### REMARQUE :

Pour les marquages des goodies de petite taille comme les stylos par exemple. Il est recommandé d'utiliser uniquement le logo seul afin de préserver sa lisibilité.

#### TAILLE MINIMALE :

atlantic



30 mm  
354 pixels



## 1.2 LE LOGOTYPE ATLANTIC

### Les interdits

Le logotype Atlantic répond à des règles strictes. Les interdits sont répertoriés sur cette page. Cette liste est non exhaustive.

- Ne pas utiliser les couleurs ou sous couleurs des pôles

~~atlantic~~

~~atlantic~~

~~atlantic~~

~~atlantic~~

- Ne pas changer la typographie de la marque

~~atlantic~~

- Ne pas mélanger, interchanger, ou créer des couleurs autres que celles de la charte

~~atlantic~~

- Il est interdit de déformer, réduire, agrandir tout ou une partie du logo

~~atlantic~~

- Ne pas appliquer d'ombres ou d'effets

~~atlantic~~

- Ne pas créer de bloc autour du logotype

~~atlantic~~

- Ne pas utiliser le logo sur des fonds qui entravent sa lisibilité



## 1.2 LE LOGOTYPE ATLANTIC

Utilisation sur fonds clairs, moyens et foncés

Afin de garder une lisibilité optimale du logo, **on préconise la version rouge du logo sur un fond clair et neutre.**



Afin d'éviter que la couleur du logo ne vibre, **on choisit la version blanche du logo si le fond est de couleur foncée.**

# 1.3

## LE LOGOTYPE ATLANTIC

« On est bien chez vous »

---

Cas d'usage Home p. 24

---

Couleurs p. 25

---

Zone de protection  
et taille minimale p. 26

---

Utilisations  
en monochrome p. 27

---

Les interdits p. 28

---

Utilisation sur fonds clairs,  
moyens et foncés p. 29



atlantic



## 1.3 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« On est bien chez vous »

Cas d'usage Home

1 Nom de la marque

2 Base-line

Le logo Atlantic associé à la base-line « On est bien chez vous », est utilisé lors des prises de parole **à destination des clients finaux (BtoC) dans les différents supports de communication.**

Il se compose du nom de la marque et d'une signature.

La signature ne peut en aucun cas vivre seule et forme obligatoirement un « bloc-marque ».

Ce bloc marque est lisible, clair et hiérarchisé.

### CAS D'USAGES :

#### Print

- Catalogue Grand public
- Dossiers de presse
- Fiches produits BtoC
- Promo
- Flyers
- Documentations commerciales

#### Digital

- CRM
- Supports digitaux BtoC
- Site Atlantic.fr
- Radio
- TV

#### Vidéo

- Intro vidéo

1  
**atlantic**  
2  
On est bien chez vous.

## 1.3 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« On est bien chez vous »

### Couleurs

Le logotype Atlantic « On est bien chez vous » doit toujours être utilisé dans sa couleur rouge avec sa base-line en gris sur fond blanc.

Toutefois, une version en réserve blanche est possible pour les usages sur fonds de couleurs denses ou photographiques qui viendraient perturber leur lisibilité.

#### COULEURS :

Pour s'adapter au mode de reproduction visé, il existe plusieurs configurations de couleurs.

Le RVB doit toujours être utilisé pour les écrans (et uniquement pour les écrans). Pour l'impression (print) en quadrichromie, choisir le CMJN.

Pour les impressions (print) en tons directs, utiliser les versions Pantone.

**atlantic**  
On est bien chez vous.



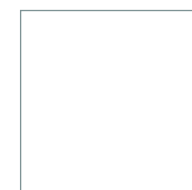
**Rouge** Pantone® 485 C  
RAL 302  
HEX #EE3124

C	0	R	192
M	95	V	35
J	100	B	39
N	0		



Pantone® 179-9 C

C	0	R	124
M	0	V	124
J	0	B	124
N	60		



**Blanc**

C	0
M	0
J	0
N	0

#### REMARQUE :

Il est également possible à titre exceptionnel de passer la signature en Noir 85 % pour les fonds d'images qui le nécessitent.

**atlantic**  
On est bien chez vous.

## 1.3 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« On est bien chez vous »

Zone de protection et taille minimale

ZONE DE PROTECTION :



Le « a » est la base de référence pour définir la zone de protection.

L'usage du logo est défini dans une zone dite de « protection ».

Cette zone doit **impérativement** être respectée pour maximiser la lisibilité du logotype et garantir l'identité de la marque.

Cette zone de protection est valable pour l'ensemble des supports prints (excepté les marquages produits) et digitaux.



### TYPOGRAPHIE DE LA SIGNATURE

est le Gilroy Medium avec un interlettrage de -10 %.

La hauteur entre les 2 blocs est égale à la hauteur du « t » dans la signature.

### REMARQUE :

Pour les marquages des goodies de petites tailles comme les stylos par exemple. Il est recommandé d'utiliser uniquement le logo seul afin de préserver sa lisibilité.

### TAILLE MINIMALE :

**atlantic**

On est bien chez vous.



30 mm  
354 pixels



## 1.3 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« On est bien chez vous »

Les utilisations en monochrome

Certains procédés requièrent une **version monochrome** du logotype.

Le logotype en niveaux de gris est utilisé en impression noir et blanc, où la couleur ne peut être reproduite.

Les versions monochromes sont utilisées pour des impressions en une seule couleur.

**Dans la mesure du possible, la version grise sera préférée.**

NB : une version monochrome (**noir 100%**) peut être utilisée comme fichier de base pour des procédés sans couleur tels que : l'embossage, la découpe, la gravure, le marquage ou la broderie.



← **EN RÉSERVE**

The image shows the Atlantic logo in gray text on a white background. The word "atlantic" is in a lowercase, rounded sans-serif font, and the tagline "On est bien chez vous." is in a smaller, simpler sans-serif font below it.

**atlantic**  
On est bien chez vous.

← **MONOCHROME  
GRIS (NOIR 60%)**

### REMARQUE :

Pour les marquages des goodies de petites tailles comme les stylos par exemple. Il est recommandé d'utiliser uniquement le logo seul afin de préserver sa lisibilité.

**TAILLE MINIMALE :**

The image shows the word "atlantic" in a gray, lowercase, rounded sans-serif font, which is the minimum size specified for the logo.

**atlantic**



30 mm  
354 pixels

## 1.3 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« On est bien chez vous »

Les interdits

Le logotype Atlantic « On est bien chez vous » répond à des règles strictes. Les interdits sont répertoriés sur cette page. Cette liste est non exhaustive.

- Ne pas utiliser les couleurs ou sous couleurs des pôles

~~atlantic~~  
~~On est bien chez vous.~~

~~atlantic~~  
~~On est bien chez vous.~~

~~atlantic~~  
~~On est bien chez vous.~~

~~atlantic~~  
~~On est bien chez vous.~~

- Ne pas changer la typographie de la marque

~~atlantic~~  
~~On est bien chez vous~~

- Ne pas mélanger, interchanger, ou créer des couleurs autres que celles de la charte

~~atlantic~~  
~~On est bien chez vous.~~

- Il est interdit de déformer, réduire, agrandir tout ou une partie du logo

~~atlantic~~  
~~On est bien chez vous.~~

- Ne pas appliquer d'ombres ou d'effets

~~atlantic~~  
~~On est bien chez vous.~~

- Ne pas créer de bloc autour du logotype

~~atlantic~~  
~~On est bien chez vous.~~

- Ne pas utiliser le logo sur des fonds qui entravent sa lisibilité



## 1.3 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« On est bien chez vous »

Utilisation sur fonds clairs, moyens et foncés

Afin de garder une lisibilité optimale du logo, **on préconise la version rouge du logo sur un fond clair et neutre.**



**atlantic**

On est bien chez vous.



**atlantic**

On est bien chez vous.



**atlantic**

On est bien chez vous.



**atlantic**

On est bien chez vous.



**atlantic**

On est bien chez vous.



**atlantic**

On est bien chez vous.



**atlantic**

On est bien chez vous.



**atlantic**

On est bien chez vous.

Afin d'éviter que la couleur du logo ne vibre, **on choisit la version blanche du logo si le fond est de couleur foncée.**





# 1.4

## LE LOGOTYPE ATLANTIC SYSTÈMES

Cas d'usage	p. 31
Couleurs, zone de protection et taille minimale	p. 32
Les interdictions	p. 33
Utilisation sur fonds clairs, moyens et foncés	p. 34
Positionnement du logo et marges	p. 35



# 1.4 LE LOGOTYPE ATLANTIC SYSTÈMES

## Cas d'usage

Le logotype Atlantic Systèmes est utilisé lors des prises de parole à destination des professionnels spécialisés dans le secteur du collectif, du tertiaire et de l'industrie.

### CAS D'USAGES :

#### Print

- Catalogues
- Dossiers de presse
- Bureautique
- Supports print: fiches produits, documentations commerciales, présentations force de vente, flyers
- Totems point de vente
- Promo

- Packaging
- Merchandising
- Salons et événements

#### Digital

- CRM, supports digitaux

#### Vidéo

- Intro vidéo

Le logotype Atlantic Systèmes doit toujours être utilisé dans sa couleur rouge avec le biseau en bleu sur fond blanc. Toutefois, une version en réserve blanche est possible pour les usages sur fonds de couleurs denses ou photographiques qui viendraient perturber leur lisibilité.

1 Nom de la marque

2 Encart biseauté systèmes

atlantic

systèmes

1

2

## 1.4 LE LOGOTYPE ATLANTIC SYSTÈMES

Couleurs, zone de protection et taille minimale

### COULEURS

atlantic

systèmes

atlantic

systèmes



Rouge Pantone® 485 C

C 0 R 192  
M 95 V 35  
J 100 B 39  
N 0



Blanc

C 0  
M 0  
J 0  
N 0



Bleu Clair Pantone® 3115 C

C 59 R 94  
M 0 V 204  
J 11 B 217  
N 0

HEX #5ECCD9

**COULEURS :** Pour s'adapter au mode de reproduction visé, il existe plusieurs configurations de couleurs. Le RVB doit toujours être utilisé pour les écrans (et uniquement pour les écrans). Pour l'impression (print) en quadrichromie, choisir le CMJN. Pour les impressions (print) en tons directs, utiliser les versions Pantone.

### ZONE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE



atlantic

systèmes

120 pixels

atlantic

systèmes

4 cm

# 1.4 LE LOGOTYPE ATLANTIC SYSTÈMES

## Les interdits

Le logotype Atlantic Systèmes répond à des règles strictes. Les interdits sont répertoriés sur cette page. Cette liste est non exhaustive.

— Ne pas utiliser les couleurs ou sous couleurs des pôles



— Ne pas changer la typographie de la marque



— Ne pas mélanger, interchanger, ou créer des couleurs autres que celles de la charte



— Il est interdit de déformer, réduire, agrandir tout ou une partie du logo



— Ne pas appliquer d'ombres ou d'effets



— Ne pas créer de bloc autour du logotype



— Ne pas utiliser le logo sur des fonds qui entravent sa lisibilité



## 1.4 LE LOGOTYPE ATLANTIC SYSTÈMES

Utilisation sur fonds clairs, moyens et foncés

Afin de garder une lisibilité optimale du logo, **on préconise la version rouge et bleue du logo sur un fond clair et neutre.**



**atlantic** systēmes



**atlantic** systēmes



atlantic systēmes



atlantic systēmes



atlantic systēmes



atlantic systēmes



**atlantic** systēmes



**atlantic** systēmes

Afin d'éviter que la couleur du logo ne vibre, **on choisit la version blanche du logo si le fond est de couleur foncée.**



## 1.4 LE LOGOTYPE

# ATLANTIC SYSTÈMES

### Positionnement du logo et marges

**Le logotype est systématiquement positionné en haut à gauche.**

Afin d'assurer la cohérence et l'homogénéité des différents supports de communication, le logotype doit toujours avoir une taille proportionnelle selon le format du support. **La taille du logo Atlantic est déterminée par le calcul suivant : 42 % de la largeur du support.** Il est positionné en haut à droite sur la marge.

La marge est déterminée par la taille du «at» du logo.



# 1.4 LE LOGOTYPE

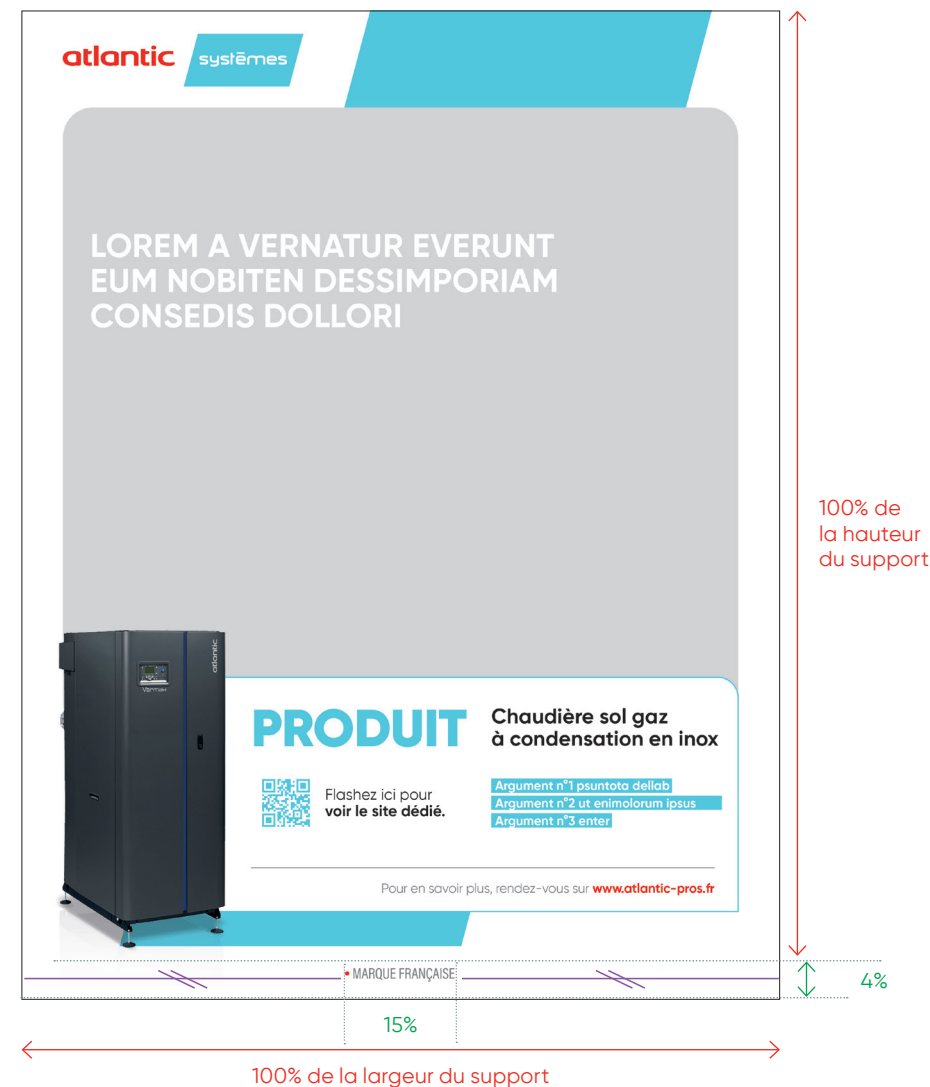
## ATLANTIC SYSTÈMES

Dimensions de la frise RTB et positionnement

Cette frise répond à des règles strictes de calcul qui sont à respecter.

**Frise Atlantic Systèmes :** se place en bas de votre document et doit faire une largeur totale équivalente à **15% de la largeur du support** et doit avoir des marges égales de chaque côté.

**La marge inférieure à respecter est égale à 4% de la hauteur totale du support.**



# 1.5

## LE LOGOTYPE ATLANTIC SERVICES

Cas d'usage Services p. 38

Couleurs, zone de protection et taille minimale p. 39

Les interdits p. 40

Couleurs, zone de protection et taille minimale Stamp p. 41





## 1.5 LE LOGOTYPE ATLANTIC SERVICES

### Cas d'usage Services

**Il existe 4 typologies de logo services, avec des usages bien précis.**

Le logotype Atlantic Services doit toujours être utilisé dans sa couleur rouge et violette. Toutefois, une version en réserve blanche est possible pour les usages sur fonds de couleurs denses ou photographiques qui viendraient perturber leur lisibilité.



1 Nom de la marque

2 Encart PRO





# 1.5 LE LOGOTYPE ATLANTIC SERVICES

Couleurs, zone de protection et taille minimale

## COULEURS



Rouge Pantone® 485 C

C 0  
M 95  
J 100  
N 0



Blanc

C 0  
M 0  
J 0  
N 0



COULEUR SERVICE

C.51 R.147  
M.78 V.79  
J.0 B.154  
N.0 934f9a

**COULEURS :** Pour s'adapter au mode de reproduction visé, il existe plusieurs configurations de couleurs. Le RVB doit toujours être utilisé pour les écrans (et uniquement pour les écrans). Pour l'impression (print) en quadrichromie, choisir le CMJN. Pour les impressions (print) en tons directs, utiliser les versions Pantone.

## ZONE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE



151 pixels



4 cm

# 1.5 LE LOGOTYPE ATLANTIC SERVICES

## Les interdits

Le logotype Atlantic Services répond à des règles strictes. Les interdits sont répertoriés sur cette page. Cette liste est non exhaustive.

Ne pas utiliser le logo sur des fonds qui entravent sa lisibilité



Ne pas utiliser les couleurs ou sous couleurs des pôles



Ne pas changer la typographie de la marque



Ne pas mélanger, interchanger, ou créer des couleurs autres que celles de la charte



Il est interdit de déformer, réduire, agrandir tout ou une partie du logo



Ne pas appliquer d'ombres ou d'effets



Ne pas créer de bloc autour du logotype



Ne pas déplacer ou modifier le symbole



# 1.5 LE LOGOTYPE ATLANTIC SERVICES

Couleurs, zone de protection et taille minimale Stamp



C 0  
M 0  
J 0  
N 70

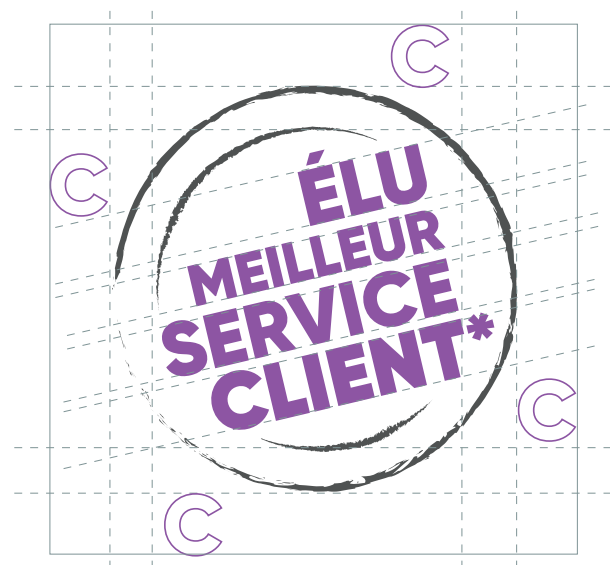
COULEUR SERVICE

C.51	R.147
M.78	V.79
J.0	B.154
N.0	934f9a

**COULEURS :** Pour s'adapter au mode de reproduction visé, il existe plusieurs configurations de couleurs.

Le RVB doit toujours être utilisé pour les écrans (et uniquement pour les écrans). Pour l'impression (print) en quadrichromie, choisir le CMJN. Pour les impressions (print) en tons directs, utiliser les versions Pantone.

## ZONE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE



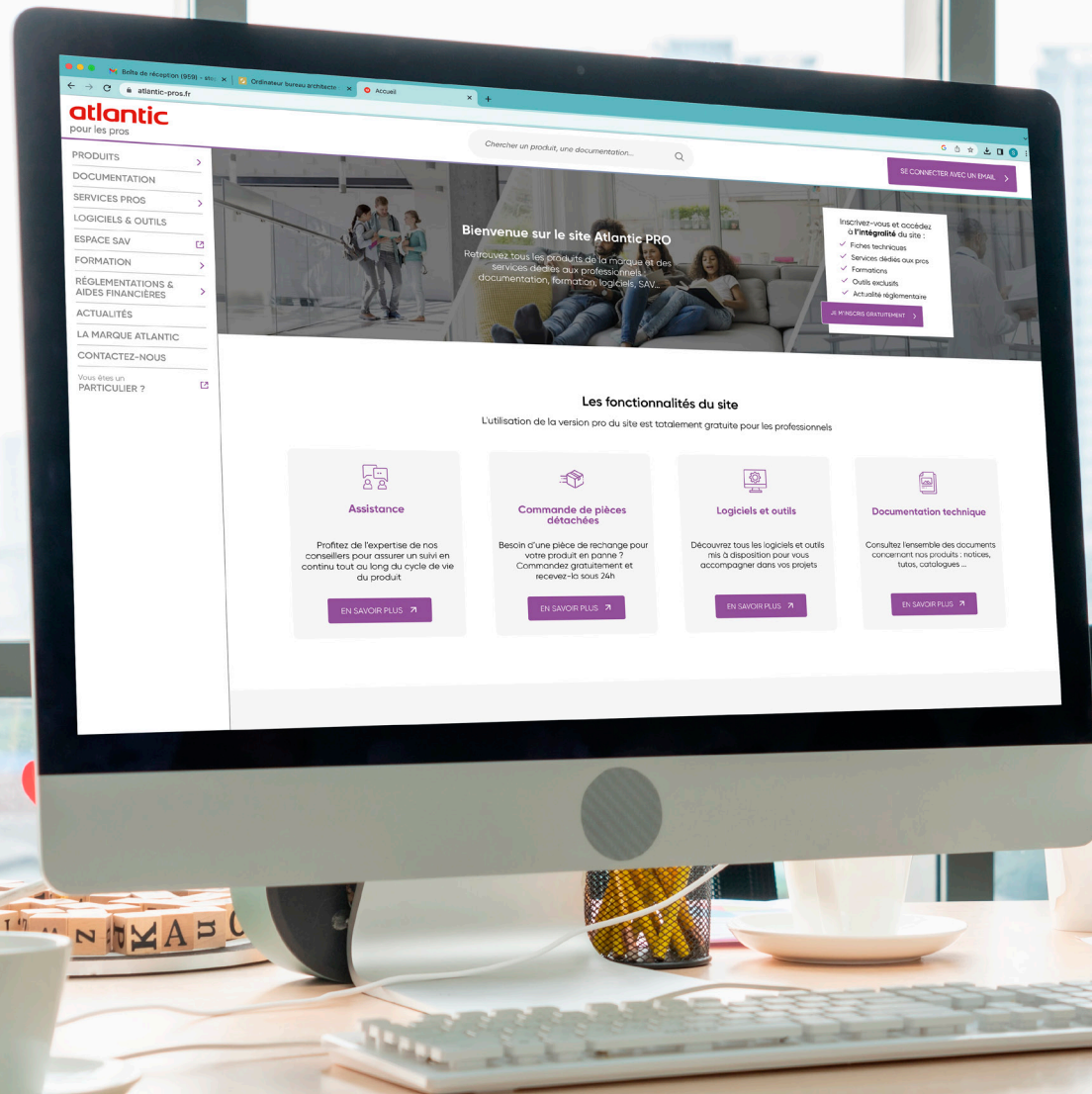
2 cm



76 pixels

\*Enquête menée par l'Ifop auprès de 1 850 professionnels interrogés à partir de fichiers fournis par le Groupe Atlantic, du 7 juin au 18 juillet 2022. Produits concernés : radiateurs électriques, sèche-serviettes, ECS, climatisation, ventilation, chaudières collectives.

**ATTENTION :** Date et nombre de professionnels à changer en fonction de l'année de l'étude.



# 1.7

## LE LOGOTYPE ATLANTIC

« Pour les Pros »

Cas d'usage	p. 43
Couleurs, zone de protection et taille minimale	p. 44
Les interdicts	p. 45



# 1.7 LE LOGOTYPE ATLANTIC « Pour les Pros »

## Cas d'usage

### CAS UNIQUE :

Le logo Atlantic «pour les pros»  
est utilisé uniquement dans le site BtoB  
et le CRM. Il ne figure nulle part ailleurs.  
Il est exclusivement utilisé sur fond blanc.

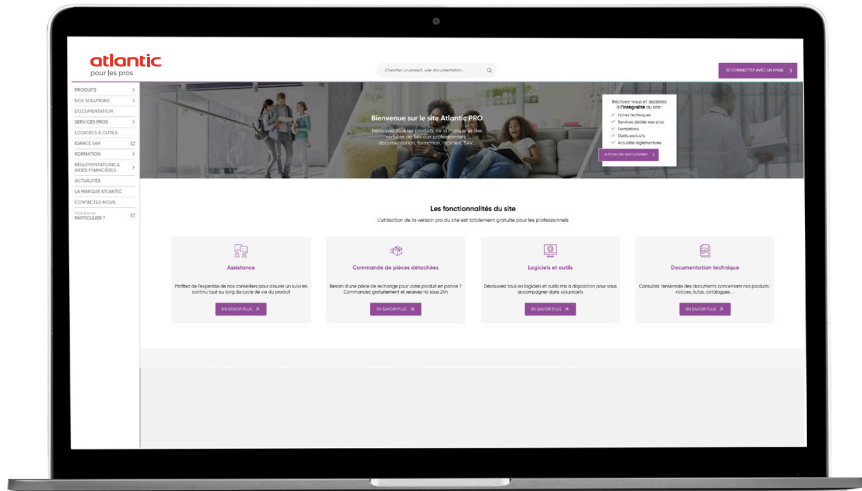
1 Nom de la marque

2 Base-line

1

atlantic  
pour les pros

2



## 1.7 LE LOGOTYPE ATLANTIC « Pour les Pros »

Couleurs, zone de protection et taille minimale

### COULEURS

**atlantic**  
pour les pros

Rouge Pantone® 485 C  
RAL 302  
HEX #EE3124



R 192  
V 35  
B 39

Le logotype Atlantic associé de sa base-line « Pour les pros » ne figurant que sur le site, son usage est exclusivement en rouge et gris. Les couleurs seront donc toutes en RVB. Il n'existe pas de version en réserve car cette version de logotype n'est utilisée que sur fond blanc.

### ZONE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE



**atlantic**  
pour les pros

55 pixels

**atlantic**  
pour les pros

2 cm

# 1.7 LE LOGOTYPE ATLANTIC « Pour les Pros »

## Les interdits

Le logotype Atlantic « Pour les pros » répond à des règles strictes. Les interdits sont répertoriés sur cette page. Cette liste est non exhaustive.

Ne pas utiliser les couleurs ou sous couleurs des pôles

~~atlantic  
pour les pros~~

~~atlantic  
pour les pros~~

~~atlantic  
pour les pros~~

~~atlantic  
pour les pros~~

Ne pas changer la typographie de la marque

~~altantic  
pour les pros~~

Ne pas mélanger, interchanger, ou créer des couleurs autres que celles de la charte

~~atlantic  
pour les pros~~

Il est interdit de déformer, réduire, agrandir tout ou une partie du logo

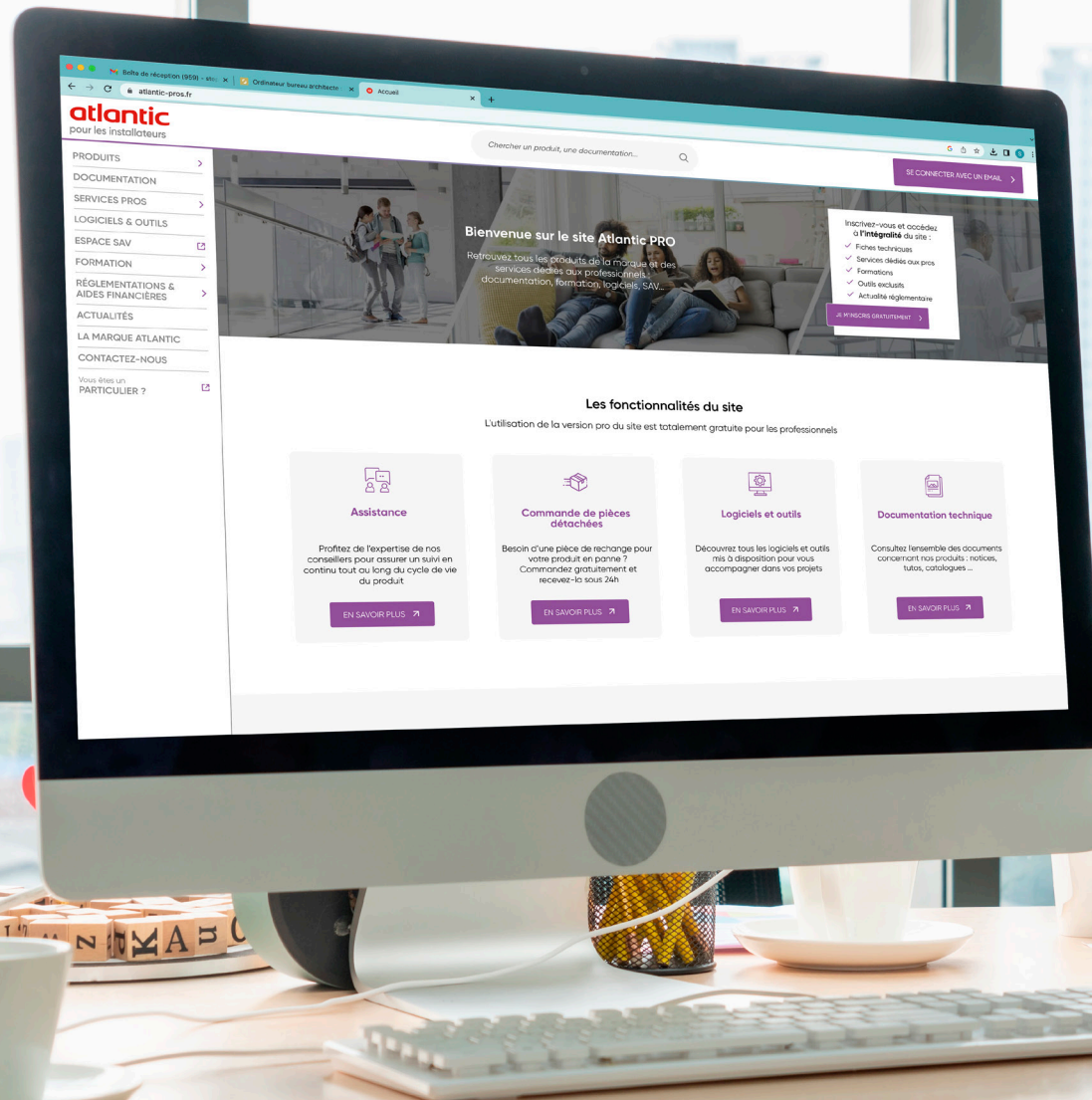
~~atlantic  
pour les pros~~

Ne pas appliquer d'ombres ou d'effets

~~atlantic  
pour les pros~~

Ne pas créer de bloc autour du logotype

~~atlantic  
pour les pros~~



# 1.8

## LE LOGOTYPE ATLANTIC

« Pour les installateurs »

Cas d'usage p. 47

Couleurs, zone de protection et taille minimale p. 48

Les interdits p. 49



# 1.8 LE LOGOTYPE ATLANTIC « Pour les installateurs »

Cas d'usage

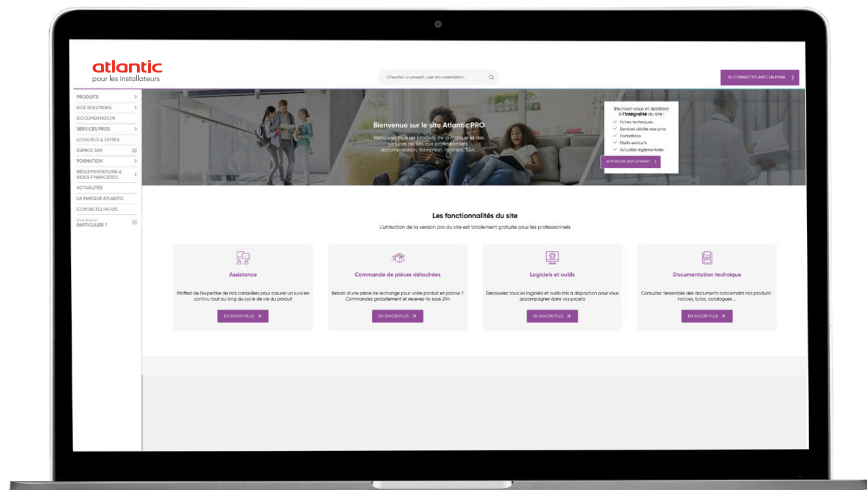
## CAS UNIQUE :

Le logo Atlantic «pour les installateurs» est utilisé uniquement dans le site BtoB et le CRM. Il ne figure nulle part ailleurs. Il est exclusivement utilisé sur fond blanc.

1 Nom de la marque

2 Base-line

atlantic  
pour les installateurs



## 1.8 LE LOGOTYPE ATLANTIC « Pour les installateurs »

Couleurs, zone de protection et taille minimale

### COULEURS

**atlantic**  
pour les installateurs

Rouge Pantone® 485 C  
RAL 302  
HEX #EE3124



R 192  
V 35  
B 39

Le logotype Atlantic associé de sa base-line « Pour les installateurs » ne figurant que sur le site, son usage est exclusivement en rouge et gris. Les couleurs seront donc toutes en RVB. Il n'existe pas de version en réserve car cette version de logotype n'est utilisée que sur fond blanc.

### ZONE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE



**atlantic**  
pour les installateurs

55 pixels

**atlantic**  
pour les installateurs

2 cm

# 1.8 LE LOGOTYPE ATLANTIC

## « Pour les installateurs »

### Les interdits

Le logotype Atlantic « Pour les installateurs » répond à des règles strictes. Les interdits sont répertoriés sur cette page. Cette liste est non exhaustive.

Ne pas utiliser les couleurs ou sous couleurs des pôles

~~atlantic  
pour les installateurs~~

~~atlantic  
pour les installateurs~~

~~atlantic  
pour les installateurs~~

~~atlantic  
pour les installateurs~~

Ne pas changer la typographie de la marque

~~altantic  
pour les installateurs~~

Ne pas mélanger, interchanger, ou créer des couleurs autres que celles de la charte

~~atlantic  
pour les installateurs~~

Il est interdit de déformer, réduire, agrandir tout ou une partie du logo

~~atlantic  
pour les installateurs~~

Ne pas appliquer d'ombres ou d'effets

~~atlantic  
pour les installateurs~~

Ne pas créer de bloc autour du logotype

~~atlantic  
pour les installateurs~~



# 2. L'UNIVERS GRAPHIQUE

2.1 LA GAMME CHROMATIQUE

2.2 LES PICTOGRAMMES

2.3 LA TYPOGRAPHIE





## 2.1 GAMME CHROMATIQUE

### Couleurs transverses

Les couleurs transverses sont utilisées lorsque la marque Atlantic s'adresse aux noms des différentes cibles, **avec une couleur dédiée pour le BtoB et une couleur dédiée pour le BtoC.**

**La couleurs de base :** le rouge du logotype Atlantic peut être utilisé sur des petits paragraphes et sur des petits aplats.

**Les couleurs transverses sont utilisées sur les discours génériques.** Elles peuvent être utilisées sur des petits et moyens paragraphes (introduction, exergue, témoignages...) et en aplât, par touche pour faire ressortir une information, mettre en exergue un élément ou rythmer la lecture. À savoir que la couleur majoritaire est la couleur transverse.



#### COULEUR LOGO

C.0	<b>R.230</b>
M.95	<b>V.54</b>
J.100	<b>B.42</b>
N.0	#e6362a



#### COULEUR TRANSVERSE BtoC

C.5	<b>R.217</b>
M.62	<b>V.130</b>
J.50	<b>B.117</b>
N.0	#d98275



#### COULEUR TRANSVERSE BtoB

C.7	<b>R.160</b>
M.100	<b>V.38</b>
J.82	<b>B.41</b>
N.26	#A02629

**Couleurs additionnelles :** Les textes courants sont en noir. Le gris pourra être employé sur de petits aplats pour des mises en valeur.



C.0	<b>R.29</b>
M.0	<b>V.29</b>
J.0	<b>B.27</b>
N.100	#1d1d1b



C.0	<b>R.168</b>
M.0	<b>V.168</b>
J.0	<b>B.167</b>
N.45	#a8a8a7



C.0	<b>R.112</b>
M.0	<b>V.111</b>
J.0	<b>B.111</b>
N.70	#706f6f

# 2.1 GAMME CHROMATIQUE

Couleurs transverses exemples

Voici quelques cas d'usage avec la couleur transverse BtoC.



## COULEUR TRANSVERSE BtoC

- C.5 R.217
- M.62 V.130
- J.50 B.117
- N.0 #d98275

Une consommation maîtrisée pour d'importantes économies

Vous souhaitez réduire à tout prix vos dépenses énergétiques ? Tout en réduisant vos factures ? Tout cela est au bout des doigts.

**Solutions boucle eau chaude**

- Pompe à chaleur air/air** : Si vous faites construire votre maison ou si vous rénovez des parties de votre maison, c'est la solution idéale. La pompe à chaleur air/air chauffe de l'eau chaude à partir de l'air extérieur. Elle ne consomme que de l'électricité et ne pollue pas. Elle est donc une énergie entièrement verte, renouvelable et économe.
- Chaudière à condensation** : Pour des projets de rénovation, la chaudière à condensation est une solution idéale pour combler tous les besoins en chauffage et eau chaude. Elle est plus efficace que les chaudières classiques et ne pollue pas. Elle est donc une énergie entièrement verte, renouvelable et économe.
- Chauffe-eau thermodynamique** : Avec une pompe à chaleur d'un ballon électrique, le chauffe-eau thermodynamique est la solution idéale pour chauffer de l'eau chaude tout en réduisant vos factures d'énergie. Ce modèle fonctionne grâce à une énergie renouvelable : l'énergie du courant électrique.
- Ballon d'eau chaude** : Les ballons d'eau chaude sont une solution idéale pour chauffer de l'eau chaude tout en réduisant vos factures d'énergie. Ils sont disponibles en différentes capacités et peuvent être installés dans votre maison.

**Solutions électriques**

- Pompe à chaleur air/air réversible** : Au-delà de son rôle de chauffage, la pompe à chaleur air/air réversible peut aussi servir de climatisation. Elle est donc une solution idéale pour chauffer et rafraîchir votre maison tout en réduisant vos factures d'énergie.
- Radiateurs électriques nouvelle génération** : Les radiateurs électriques nouvelle génération sont une solution idéale pour chauffer votre maison tout en réduisant vos factures d'énergie. Ils sont disponibles en différentes capacités et peuvent être installés dans votre maison.

**Pour un chauffage économe, adoptez des gestes simples :**

- Regardez la température recommandée. L'INSEE conseille de maintenir la température de la pièce à 19°C la nuit et de 21°C le jour.
- Évitez d'ouvrir les fenêtres pendant la nuit.
- Utilisez des rideaux ou des stores pour isoler votre maison.
- Évitez d'utiliser des radiateurs électriques pendant la nuit.
- Utilisez des radiateurs électriques pendant la journée.

**83% de réduction de consommation énergétique**

Se chauffer aux énergies renouvelables et aux solutions bas carbone est de plus en plus avantageux !

**EN CHAUFFAGE CENTRAL**

- Remplacement d'une chaudière par une pompe à chaleur air/air : 1 500 €
- Remplacement d'une chaudière par une chaudière à condensation : 410 €

**EN CHAUFFAGE DÉCENTRALISÉ**

- Remplacement d'un ballon d'eau chaude par une pompe à chaleur air/air réversible : 475 €
- Remplacement d'un ballon d'eau chaude par un chauffe-eau thermodynamique : 330 €

Double page générique du catalogue BtoC

Toutes les aides financières en un coup d'œil

Pour connaître votre projet et évaluer votre facture, trouvez les aides financières adaptées à votre projet en un clin d'œil.

**MaPrimeRénov'**

Depuis le 1<sup>er</sup> octobre 2022, cette prime permet de couvrir la moitié des dépenses éligibles pour la rénovation énergétique. Elle est destinée aux particuliers qui souhaitent améliorer leur confort et réduire leurs factures d'énergie.

**Coup de pouce CEE**

Les primes CEE de la CEE (Certificats d'économie d'énergie) permettent de financer les travaux de rénovation énergétique. Elles sont destinées aux particuliers qui souhaitent améliorer leur confort et réduire leurs factures d'énergie.

**Et pour les radiateurs, sèche-serviettes et chauffe-eau thermodynamiques :**

**Atlantissimo®**

En partenariat avec l'association Atlantico, nous proposons un service à 100% gratuit pour vous aider à financer vos travaux de rénovation énergétique. Nous vous offrons un service de conseil et de suivi personnalisé pour vous aider à choisir la solution la plus adaptée à votre projet.

**Eco - Pelt à tout 0,9**

Grâce à notre partenariat avec l'association Atlantico, nous proposons un service à 100% gratuit pour vous aider à financer vos travaux de rénovation énergétique. Nous vous offrons un service de conseil et de suivi personnalisé pour vous aider à choisir la solution la plus adaptée à votre projet.

**France Rénov'**

Le service France Rénov' est un service à 100% gratuit pour vous aider à financer vos travaux de rénovation énergétique. Nous vous offrons un service de conseil et de suivi personnalisé pour vous aider à choisir la solution la plus adaptée à votre projet.

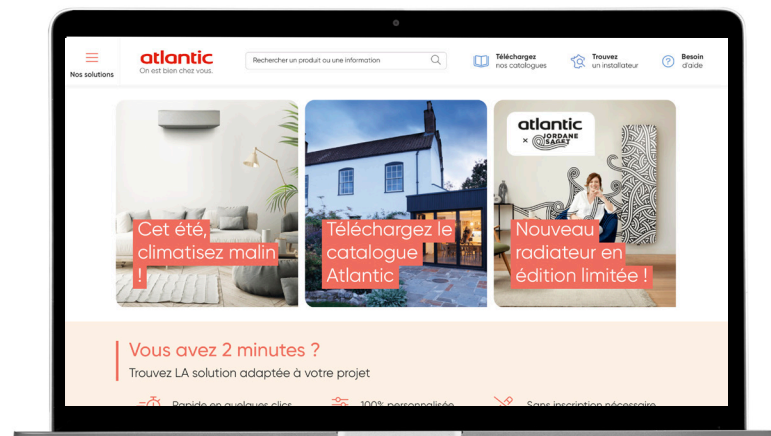
**La certification RGE, condition d'éligibilité aux aides**

Pour bénéficier des aides financières, les entreprises doivent être certifiées RGE (Reconnu Garant de l'Environnement). Cette certification garantit la qualité des travaux et la compétence des entreprises.

**RGE**

**France Rénov'**

**Plus de 400 gabaïes en ligne**



Site internet Atlantic.fr

**JEU CONCOURS ATLANTIC ACADEMY**

GAGNEZ UN SÈCHE-SERVIENTTES SENSUM GRÂCE À VOTRE CULTURE MUSICALE

**atlantic**

**GÉMEAUX II**

IDÉAL POUR SATISFAIRE VOTRE DOUBLE PERSONNALITÉ.

**atlantic**

Réseaux sociaux

## 2.1 GAMME CHROMATIQUE

### Couleurs des pôles

Ces couleurs sont utilisées dans le but de différencier les pôles Atlantic à savoir :

RECS, APC, ACTA, SYSTÈMES et DMR.

Elles interviennent principalement sur les couvertures de catalogues.

Lorsque l'on parlera d'un produit ou d'une solution, on utilisera les couleurs des produits.

#### PÔLE RECS



C.0	<b>R.233</b>
M.80	<b>V.79</b>
J.80	<b>B.53</b>
N.0	#e94f35

#### PÔLE APC



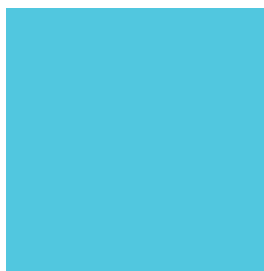
C.0	<b>R.242</b>
M.55	<b>V.138</b>
J.80	<b>B.61</b>
N.0	#f28a3d

#### PÔLE ACTA



C.20	<b>R.178</b>
M.85	<b>V.36</b>
J.35	<b>B.81</b>
N.15	#b22451

#### PÔLE SYSTÈMES



C.59	<b>R.94</b>
M.0	<b>V.204</b>
J.11	<b>B.217</b>
N.0	#5ECCD9

#### PÔLE PRESCRIPTION RÉSIDENTIELLE



C.7	<b>R.160</b>
M.100	<b>V.38</b>
J.82	<b>B.41</b>
N.26	#A02629

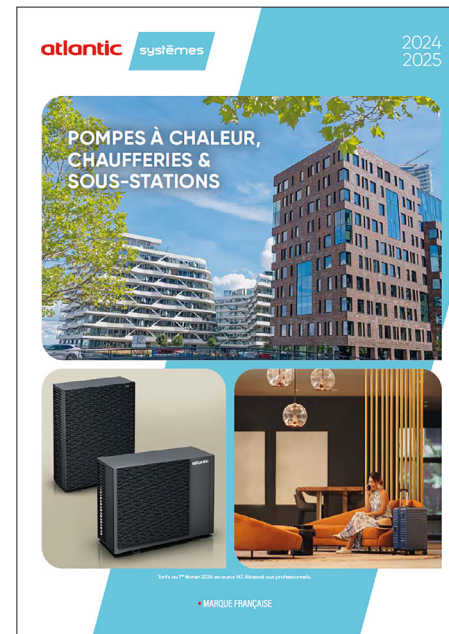
## 2.1 GAMME CHROMATIQUE

Couleurs des pôles

Voici quelques cas d'usage avec les couleurs des pôles.



Couverture de catalogue BtoB APC



Couverture de catalogue Atlantic Systèmes



Couverture de catalogue DMR



## 2.1 GAMME CHROMATIQUE

### Couleurs secondaires / Couleurs produits

Une répartition par couleurs est proposée afin de catégoriser les produits selon leurs usages.

Les couleurs produits sont utilisées sur les supports éditoriaux tels que les catalogues et les fiches produits en complément de la couleur transverse.

Cette variation de palette est la même pour les documents Atlantic Systèmes ceci dans le but de faciliter le référencement des produits et usages.

**Des couleurs chaudes** avec des tons orangés sont utilisées pour les produits qui génèrent de la chaleur tel que les **radiateurs et sèche-serviettes**.



C.0 **R.233**  
M.55 **V.137**  
J.55 **B.106**  
N.5 #e8886a

C.0 **R.243**  
M.50 **V.151**  
J.65 **B.95**  
N.0 #f3965e



C.21 **R.188**  
M.62 **V.109**  
J.69 **B.77**  
N.11 #bc6c4c

C.0 **R.241**  
M.30 **V.182**  
J.75 **B.78**  
N.5 #f1b64e

**Des couleurs froides** sont quant à elles utilisées pour les produits qui génèrent de l'air et/ou qui utilisent de l'eau tel que les **climatiseurs**.



C.40 **R.162**  
M.5 **V.211**  
J.0 **B.243**  
N.0 #a2d2f3

C.51 **R.123**  
M.16 **V.168**  
J.8 **B.197**  
N.13 #7ba7c4



C.77 **R.66**  
M.46 **V.121**  
J.14 **B.171**  
N.2 #4279ab

C.45 **R.153**  
M.30 **V.170**  
J.0 **B.215**  
N.0 #99a9d7

**Des couleurs vertes** sont utilisées pour les produits éco-responsables et thermodynamiques tel que les **pompes à chaleur thermodynamiques**.



C.48 **R.150**  
M.0 **V.201**  
J.58 **B.137**  
N.0 #95c888

C.55 **R.131**  
M.0 **V.191**  
J.53 **B.104**  
N.0 #83bf68



C.40 **R.166**  
M.0 **V.214**  
J.24 **B.206**  
N.0 #a5d6cd

C.61 **R.97**  
M.0 **V.173**  
J.52 **B.137**  
N.12 #61ad89

## 2.1 GAMME CHROMATIQUE

### Couleurs Services



Le violet est la couleur principale pour les services. Le rouge n'est utilisé que dans le logotype Atlantic Services. Le noir et les gris sont utilisés pour le texte courant.



C.51  
M.78  
J.0  
N.0  
**R.147**  
**V.79**  
**B.154**  
#934f9a



C.0  
M.95  
J.100  
N.0  
**R.230**  
**V.54**  
**B.42**  
#e6362a



C.0  
M.0  
J.0  
N.100  
**R.29**  
**V.29**  
**B.27**  
#1d1d1b



C.0  
M.0  
J.0  
N.70  
**R.112**  
**V.111**  
**B.111**  
#706f6f



C.0  
M.0  
J.0  
N.45  
**R.168**  
**V.168**  
**B.167**  
#a8a8a7

Une palette additionnelle de bleus vient enrichir la palette Atlantic Services. Cette palette n'est utilisée QUE pour les infographies.



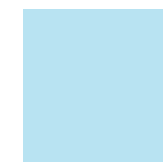
C.100  
M.76  
J.21  
N.6  
**R.13**  
**V.69**  
**B.128**  
#0d4580



C.88  
M.54  
J.11  
N.1  
**R.25**  
**V.105**  
**B.165**  
#1969a5



C.65  
M.20  
J.0  
N.0  
**R.86**  
**V.168**  
**B.165**  
#56a8dd



C.26  
M.0  
J.4  
N.0  
**R.199**  
**V.231**  
**B.244**  
#c7e7f4

À utiliser pour les contours des infographies.

## 2.2 LES PICTOGRAMMES

### Les pictogrammes « plus produit »

Les pictogrammes sont dessinés et utilisés selon certaines règles pour assurer une cohérence entre les documents. Une banque de pictogrammes est disponible et mise à votre disposition. Ils sont insérés dans un bloc arrondi avec un angle droit et traités en flat design.

Ces pictogrammes sont utilisés pour illustrer un paragraphe dans une double page de catalogue ou dans les fiches produits. Ils ne doivent pas être confondus avec les pictogrammes techniques.



Confort



Économies



Design



Intelligence



Connectivité



Aides  
financières



Bain



Douche



Conseil  
et pose



Mise en service  
+SAV



Aide et conseil



Nous contacter

Les pictogrammes se déclinent sur l'ensemble de la palette chromatique.



exemple d'utilisation  
des pictos en défonce.

## 2.2 LES PICTOGRAMMES

### Les pictogrammes techniques

Ils sont dessinés et utilisés selon certaines règles pour assurer une cohérence entre les documents. Une banque de pictogrammes est disponible et mise à votre disposition.

**Les pictogrammes déjà réalisés ne peuvent pas être modifiés (exception faite des couleurs). Si aucun ne convenait pour illustrer votre propos, merci de contacter le département COM.**

Ces pictogrammes sont utilisés pour illustrer les spécificités techniques produits sur les supports prints. Ils sont associés au visuel détourné du produit. Ils ne doivent pas être confondus avec les pictogrammes «plus produit».



Les pictogrammes se déclinent sur l'ensemble de la palette chromatique.



Pompe à chaleur  
Air/Eau UE



Pompe à chaleur  
Eau/Eau UI



Pompe à chaleur  
hybride



Chaudières



Chaudière à  
condensation



Chaudière  
basse  
température



Check



RCU  
(réseau de  
chaleur urbain)



Tuyau



Robinet



Hydro  
serenity



Hydro  
efficiency



Hydro control



Croix



Mise en  
service  
offert



Conçu  
avec et  
pour les  
pros



Atlantic  
smart  
adapt



Garantie  
2 ans



Garantie  
5 ans



Wifi



Connectivité



## 2.2 LES PICTOGRAMMES

### Les pictogrammes techniques

Ils sont dessinés et utilisés selon certaines règles pour assurer une cohérence entre les documents. Une banque de pictogrammes est disponible et mise à votre disposition.

**Les pictogrammes déjà réalisés ne peuvent pas être modifiés (exception faite des couleurs). Si aucun ne convenait pour illustrer votre propos, merci de contacter le département COM.**



Fabrication  
française

NOUVEAU

Nouveau



DPE

Ces pictogrammes n'ont pas de variation de couleur.  
Ils sont toujours utilisés ainsi.



neuf



réno



Réha



logement  
collectif



bâtiment  
tertiaire



Énergie  
renouvelable



Fluide R32



Fluide R410A



Fluide R452B



Fluide R290



Gain de  
place



Gain de  
temps



Eau



Électricité



Gaz



Fioul



Économies  
d'énergie



Fiabilité



Autoconsommation  
photovoltaïque



## 2.3 LES TYPOGRAPHIES

### La Gilroy est la typographie pour tous les documents imprimés

Une typographie unique, qui allie lisibilité, modernité et harmonie, déclinable en plusieurs graisses et en cyrillique.

Cette typographie est à privilégier dans les documents imprimés, cartes de visite, annonces-presse, vidéos, films publicitaires, etc.

# Gilroy

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Gilroy light  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

*Gilroy light italique*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*1234567890*

Gilroy medium  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

*Gilroy medium italique*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*1234567890*

**Gilroy bold**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

***Gilroy bold italique***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***1234567890***

**Gilroy black**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**

***Gilroy black italique***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***1234567890***

## 2.3 LES TYPOGRAPHIES

### La DIN Pro est la typographie pour tous les éléments techniques

Une typographie a été choisie pour présenter les informations techniques, dans les tableaux par exemple.

Cette typographie existe en version cyrillique.

Documents techniques / tableaux

# DIN Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Packagings / Notices

# DIN Pro condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

### La Century Gothic est la typographie pour les supports bureautique

Une typographie système a été choisie pour tous les outils internes : mails, PowerPoint, courriers, etc.

Pour les emails, powerpoint et courriers

# Century Gothic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

## 2.4 LA BULLE

### Les règles

**Affirmer l'identité de marque avec un élément graphique remarquable; la bulle.**

Cet élément s'inspire de la forme du A du logotype d'Altantic.

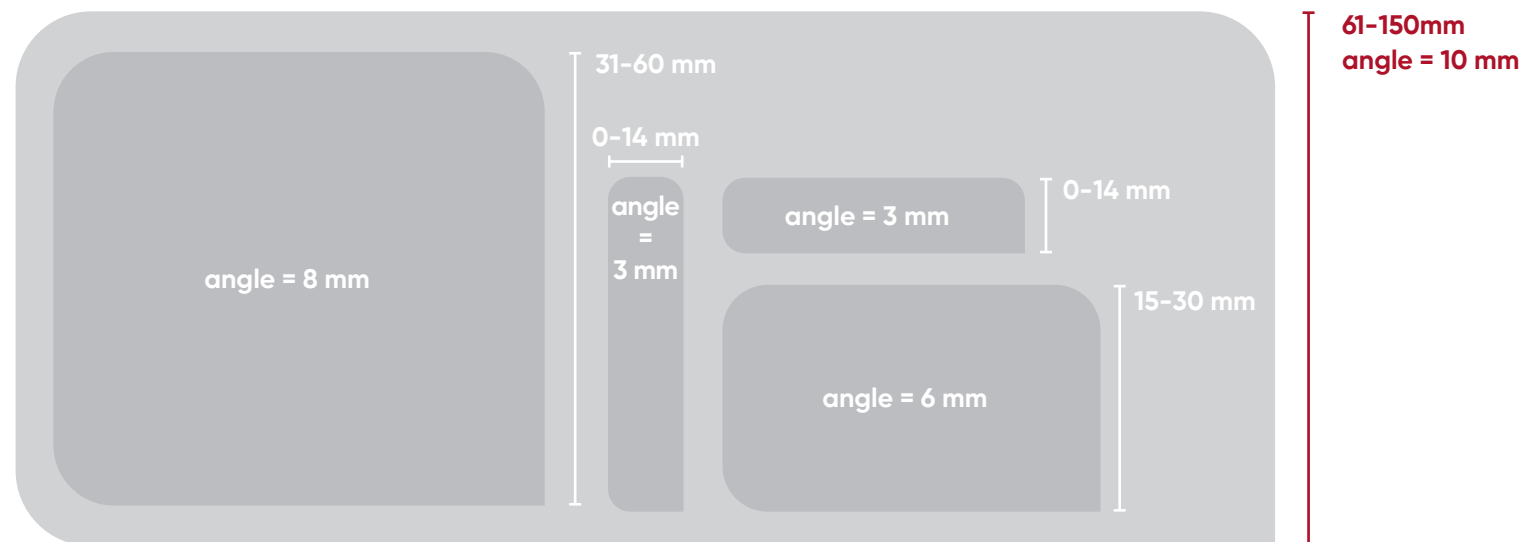
Il est composé de 3 angles arrondis et d'un angle droit toujours positionné en bas à droite.

La taille de l'arrondis des angles est déterminé par la taille du plus petit côté de la forme.

L'utilisation de la bulle peut varier elle peut apparaître en aplat, en filet ou intégrer un visuel.

**La taille du plus petit côté de la bulle détermine la taille de l'arrondi des angles selon la règle suivante :**

Pour les formats particuliers de bulles supérieurs, à 150 mm la taille de l'angle doit être adapté pour que l'aspect de la bulle soit semblable à celle des autres supports.



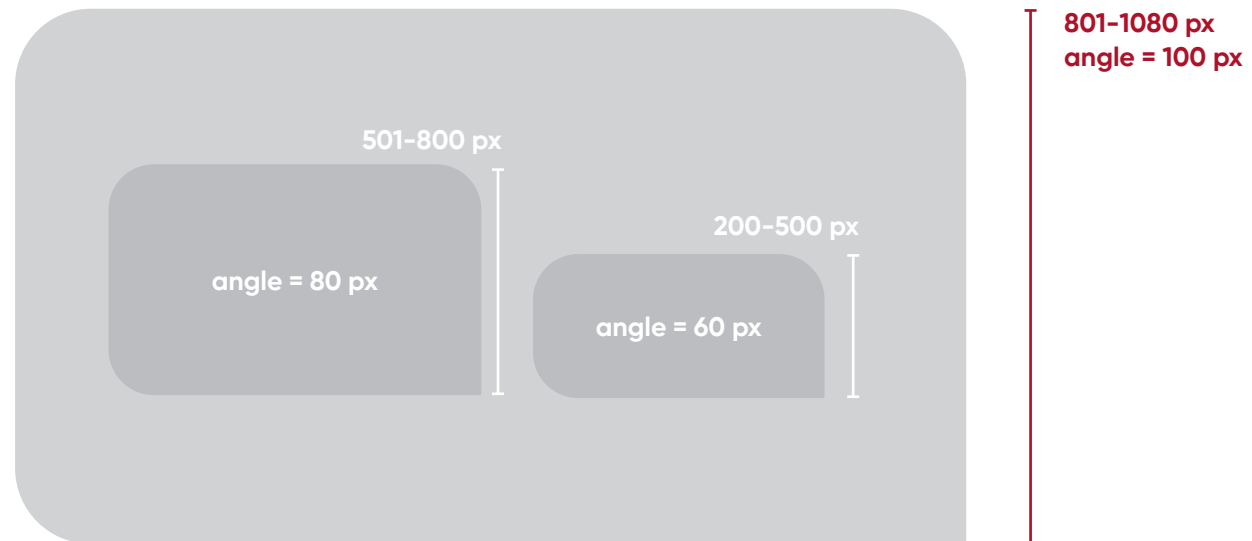
## 2.4 LA BULLE

### Les règles

**Affirmer l'identité de marque avec un élément graphique remarquable; la bulle.**

Formats de la bulle en web/vidéo

La taille du plus petit côté de la bulle détermine la taille de l'arrondi des angles selon la règle suivante :





## 2.4 LA BULLE

### Les usages

#### Exemple de mise en situation de la bulle.

L'élément bulle peut être utilisé sous diverses formes :

- il peut mettre en avant du texte, dans ce cas il peut être traité en blanc ou en couleur,
- sur un visuel ou seul
- en support d'un pictogramme ou d'un QR code.

#### NOM PRODUIT

*Une sous  
accroche*

Puda parchil igenda  
consedit omnia  
ime coneime cone



Laissez-vous guider  
par nos experts  
avec l'installation  
en vidéo

Gagnez jusqu'à 30%  
d'économies sur vos  
factures énergétiques.



**83%** des français  
seraient prêts à  
remplacer leurs appareils  
par des équipements  
utilisant des énergies  
renouvelables<sup>(6)</sup>.

## 2.4 LA BULLE

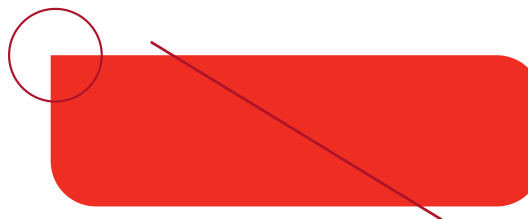
### Les interdits

La bulle Atlantic répond à des règles strictes. Les interdits sont répertoriés sur cette page.

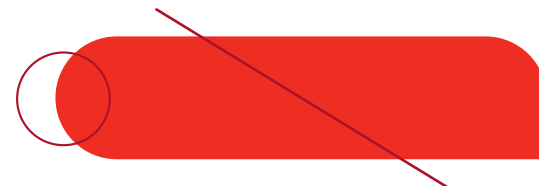
La bulle doit toujours avoir un angle droit



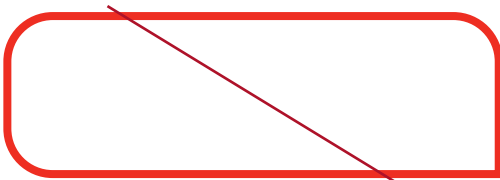
L'angle droit doit toujours être placé en bas à droite



Les côtés de la bulle doivent être plats



En version filet l'épaisseur doit être comprise entre 1 pt et 2 pt



Le contour de la forme doit se distinguer lorsqu'un visuel est intégré





# **3. LES MISES EN APPLICATIONS**

**3.1 SUPPORTS PRINT**

**3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE**

**3.3 VIDÉO**



atlantic



# 3.1

## SUPPORTS PRINT

---

### L'iconographie p. 67

---

Les catalogues p. 77

Les totems produits p. 107

Les annonces presse p. 119

Documentations commerciales - BtoC p. 129

Fiches produits - BtoC p. 130

Fiches prescription - DMR p. 134



## 3.1 SUPPORTS PRINT

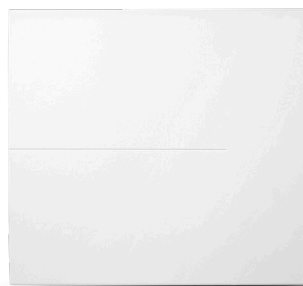
### L'iconographie Produits

Les produits détournés sur fond blanc sont mis en valeur, sublimés par l'usage d'un reflet et d'une ombre au sol. Cela permet de les faire ressortir et de leur donner encore plus d'allure.

*Les packshots de face  
climatiseur*



*Les packshots de face*



*Les packshots de 3/4*





## 3.1 SUPPORTS PRINT

### L'iconographie – produits

Les produits détournés sur fond blanc sont mis en valeur, sublimés par l'usage d'un reflet et d'une ombre au sol. Cela permet de les faire ressortir et de leur donner encore plus d'allure.

*Les packshots arrondis*



*Les packshots Atlantic Systèmes*



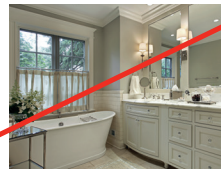
# 3.1 SUPPORTS PRINT

L'iconographie – BtoB

## GRANDS PRINCIPES :

Sur les supports à destination des professionnels, sont à privilégier les visuels d'ambiance produit. Les prises de vues peuvent être en intérieur ou en extérieur. Elles seront marquées par un esprit chaleureux et une décoration contemporaine. La lumière est naturelle et franche, et peut créer des ombres.

*Les critères à respecter pour la sélection des visuels : clarté, chaleur, modernité et centré produit.*



**Les prises de vue :** les visuels illustrent la convivialité et la modernité d'Atlantic et représentent des solutions en accord avec les besoins de notre temps. Pour cela, les visuels associés à l'image Atlantic seront contemporains, et lumineux, pas de couleurs saturées mais des couleurs claires et épurées.

**À proscrire :** les visuels à la décoration vieillissante ou trop luxueuse, sans produit, sans lumière ou sans chaleur.

## 3.1 SUPPORTS PRINT

### L'iconographie – BtoB

#### GRANDS PRINCIPES :

En complément les visuels d'ambiance produits, nous pouvons utiliser des visuels lifestyle qui représentent des personnages avec ou sans produit. Ils illustrent des moments de vie quotidienne. Les sujets sont authentiques, en action, sans prendre la pose. On privilégie des familles heureuses et épanouies.

Les critères des prises de vue sont les mêmes que pour les visuels d'ambiance, la lumière est naturelle et franche, et peut créer des ombres.

*Les critères à respecter pour la sélection des visuels : clarté, chaleur, modernité et scènes de vie quotidiennes authentiques.*



**Les prises de vue :** les visuels illustrent la convivialité et la modernité d'Atlantic et représentent des solutions en accord avec les besoins de notre temps. Pour cela, les visuels associés à l'image Atlantic seront contemporains, et lumineux, pas de couleurs saturées mais des couleurs claires et épurées.

**À proscrire :** les visuels ternes, sans lumière ou sans chaleur, les scènes de vie pas réalistes ou surjouées.



## 3.1 SUPPORTS PRINT

### L'iconographie – BtoB

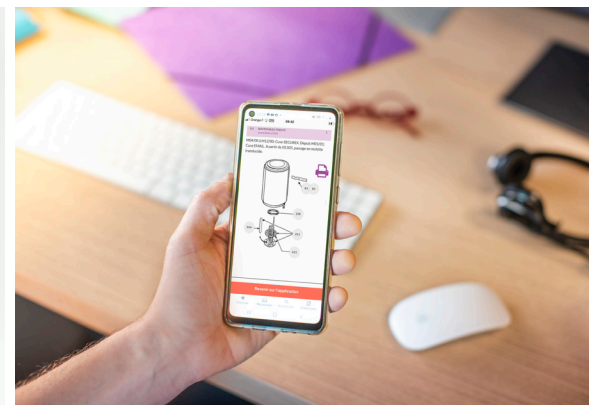
#### GRANDS PRINCIPES :

Afin d'illustrer les installateurs, nous pouvons utiliser des visuels mettant en scène leur métier en action. Ils illustrent le professionnalisme des installateurs. On choisira des sujets authentiques, en action, sans prendre la pose. On privilégie des physiques ordinaires, pas caricaturaux.

Les plans peuvent être larges ou resserrés mais si le produit n'est pas issu de la banque images Atlantic on se servira d'un gros plan sur le professionnel pour masquer l'élément non désiré.

En complément on trouve des visuels innovations, ceux-ci présentent la connectivité et les technologies des produits Atlantic. On utilisera des cadrages serrés sur les écrans digitaux ou les applications smartphone.

*Les critères à respecter pour la sélection des visuels : réalistes, technologiques, professionnels et sérieux.*



**Les prises de vue :** les visuels illustrent le professionnalisme et l'efficacité d'Atlantic et représentent les technologies qui évoluent au sein du contexte innovant actuel. Pour cela, les visuels associés à l'image Atlantic seront contemporains, et lumineux, pas de couleurs saturées mais des couleurs claires et épurées.

**À proscrire :** les visuels posés, sans contexte ou clichés.



## 3.1 SUPPORTS PRINT

### L'iconographie - BtoC

#### Principes :

Les visuels à destination du grand public sur les couvertures de catalogues ou les ouvertures de chapitres relatent des moments de vie simples et joyeux. Ils évoquent la proximité de la marque Atlantic avec ses clients. Elle répond au claim «On est bien chez vous.» Ils peuvent être teintés d'humour pour plus de proximité.



#### AMBIANCES PRODUITS :

des produits contextualisés dans une ambiance inspirante, aspirationnelle, volontairement très déco. Prise de vue de face. Ne pas hésiter à créer des intérieurs tendance sans tomber dans l'excès pour donner envie mais garder la possibilité de se projeter et rester accessible. Les critères à respecter pour la sélection des visuels : des intérieurs chics et déco, dans la tendance .

## 3.1 SUPPORTS PRINT

### L'iconographie – BtoC

#### Des visuels de moments de vie à l'intérieur des pages :

Le choix des visuels doit être porté en priorité sur le confort, la joie de vivre dans son intérieur.

Le produit ne figure pas nécessairement dans le visuel, seule la pièce de la maison peut être révélée.

Utiliser des cadrages serrés pour apporter de la proximité et de l'intimité. Ne pas polluer la scène d'une histoire trop narrative qui détournerait de la cible. Lumière claire et fraîche pour les ambiances de jour.

#### Les critères à respecter pour la sélection des visuels :

diversité, mixité. Idéalement, les sujets ne doivent pas regarder l'objectif. S'ils regardent l'objectif, ils devront rester naturels, sans prendre la pose.





## 3.1 LES SUPPORTS PRINT

L'iconographie – Atlantic Systèmes :  
prises de vues en intérieur

### Grands principes :

Le choix des visuels doit être porté en priorité sur des prises de vues d'architecture contemporaine en intérieur ou en extérieur.

Elles seront marquées par des perspectives fortes et/ou des diagonales. Les visuels peuvent être accompagnés de personnages en mouvements. Les sujets ne doivent pas être statiques et ne regardent pas l'objectif. Ils ne sont pas les sujets principaux, sont naturels, en action, sans prendre la pose. La lumière est claire et traverse l'architecture et peut créer des ombres.

*Les critères à respecter pour la sélection des visuels :  
architecture contemporaine, perspectives, clarté,  
touche d'humain de préférence en mouvement.*



**Les prises de vue en intérieur :** les visuels Atlantic Systèmes illustrent les compétences Atlantic et représentent des solutions en accord avec les besoins de notre temps. Pour cela, les visuels associés à l'image Atlantic Systèmes seront des architectures contemporaines, avec des perspectives et/ou des diagonales pour créer de la profondeur et du dynamisme. La lumière est aussi très importante, pas de couleurs saturées mais des couleurs lumineuses et claires.

**À proscrire :** les visuels bouchés et sans vie.

## 3.1 LES SUPPORTS PRINT

L'iconographie – Atlantic Systèmes :  
prises de vue extérieures

### Grands principes :

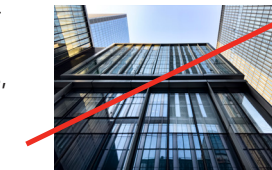
Le choix des visuels doit être porté en priorité sur des prises de vues d'architecture contemporaines en intérieur ou en extérieur. Elles seront marquées par des perspectives fortes et/ou des diagonales. Les visuels peuvent être accompagnés de personnages en mouvements. Les sujets ne doivent pas être statiques et ne regardent pas l'objectif. Ils ne sont pas les sujets principaux, sont naturels, en action, sans prendre la pose. La lumière est claire et traverse l'architecture et peut créer des ombres.

*Les critères à respecter pour la sélection des visuels :  
architecture contemporaine, perspectives, clarté,  
touche d'humain de préférence en mouvement.*



**Les prises de vue en extérieur :** les visuels d'extérieur répondent aux mêmes critères que les visuels d'intérieur, architecture contemporaine mais pas futuristes, avec ou sans personnages.

**À proscrire :** les façades sans perspective ou trop anciennes.





# 3.1

## SUPPORTS PRINT

L'iconographie p. 67

**Les catalogues p. 77**

Les totems produits p. 107

Les annonces presse p. 119

Documentations commerciales - BtoC p. 129

Fiches produits - BtoC p. 130

Fiches prescription - DMR p. 134



atlantic



## 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues

Les couvertures de catalogues BtoB

### QUELQUES GRANDS PRINCIPES :

Les couvertures de catalogues BtoB sont constituées de 3 visuels intégrés dans un bloc arrondi avec un angle droit en bas à droite. En arrière-plan figure la couleur du secteur.

### L'iconographie

Un visuel principal dans la partie supérieure, qui peut être utilisé comme visuel d'ambiance avec produit ou un visuel d'ambiance lifestyle avec ou sans produit.

Deux visuels secondaires dans la partie inférieure, qui peuvent reprendre des visuels techniques/innovation, services, produit ou installateurs selon les cas d'usage.

Les visuels sont intégrés dans la bulle avec des coins arrondis ; 10 mm dans ce cas et un angle droit positionné en bas à droite.

### Éléments charte

Une zone blanche tournante permet d'accueillir le logotype et la mention « PRO 2023 » dans la partie supérieure et la frise RTB dans la partie inférieure.

Le titre se positionne sur le visuel principal et de ne doit être supérieur à 3 lignes. Il est systématiquement en capital.

Visuel principal

Visuels secondaires

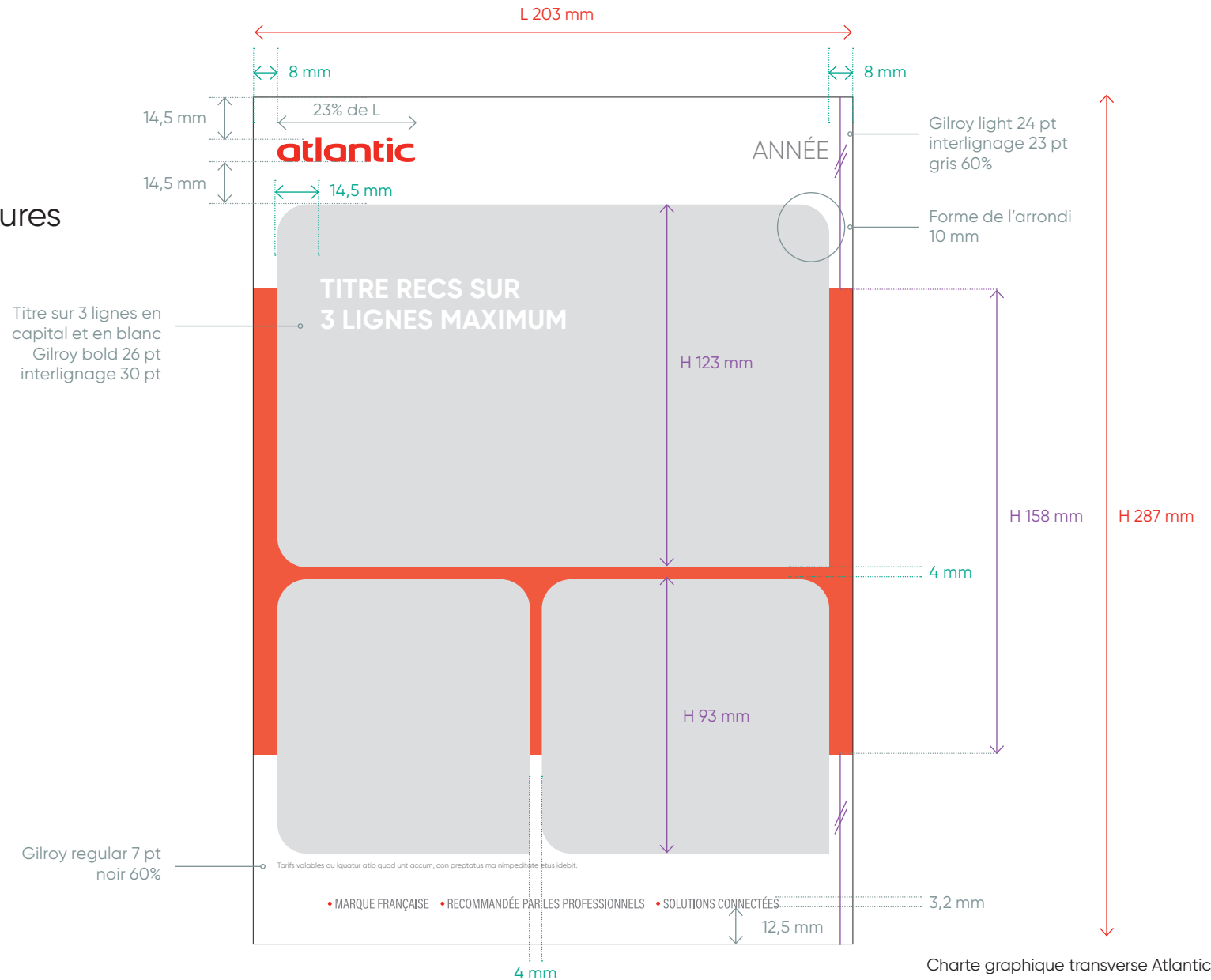


Aplat qui reprend la couleur du secteur.

La mention tarifs est placée sous les visuel ferrée à gauche.

Frise RTB

## Les catalogues - les couvertures de catalogues BtoB

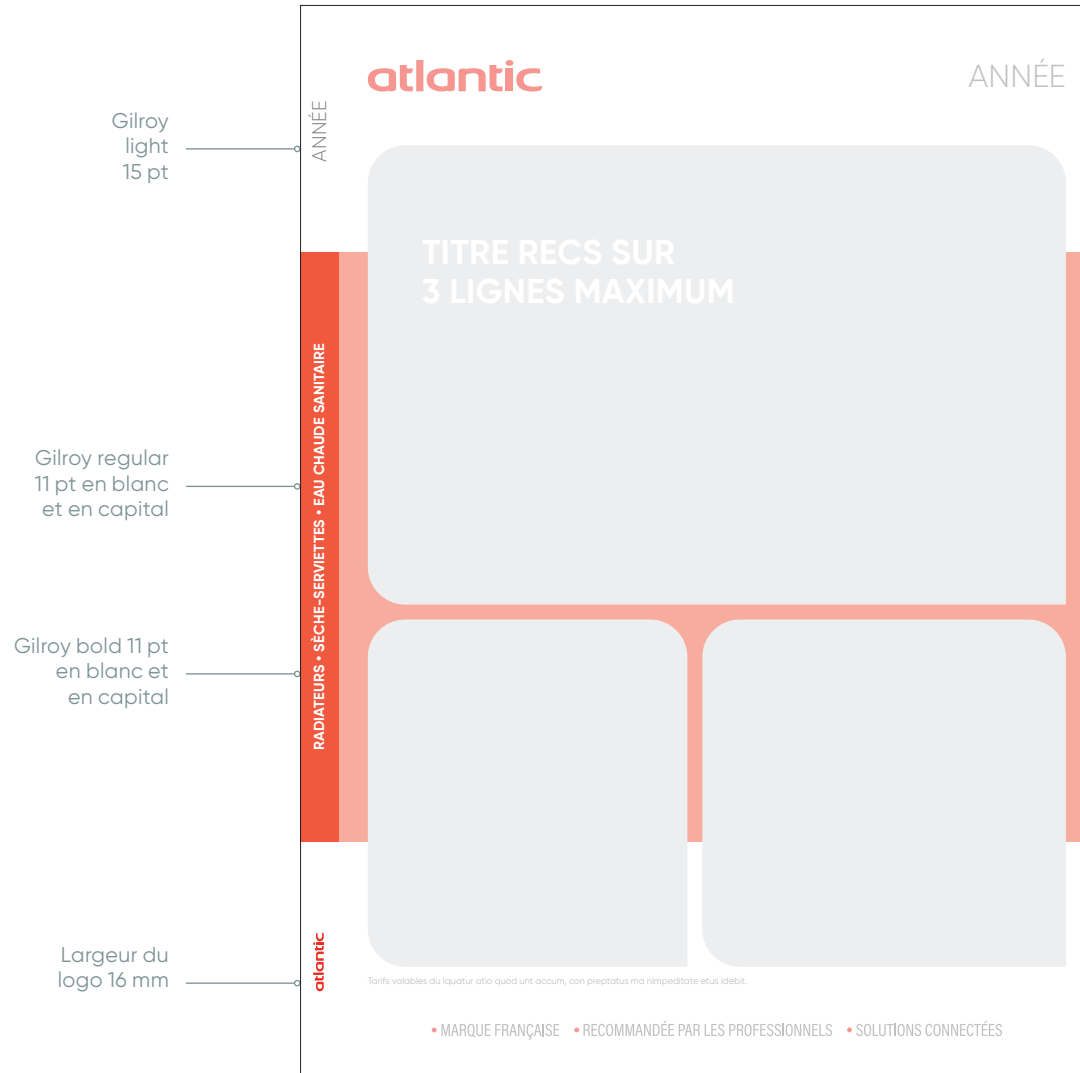


## 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues –  
les couvertures de catalogues BtoB

### LE DOS CARRÉ :

Le dos carré  
reprend la couleur  
du pôle.





## 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues – les couvertures de catalogues BtoB

### QUELQUES GRANDS PRINCIPES :

Pour distinguer les couvertures des catalogues BtoB, une couleur est appliquée en arrière-plan des blocs visuels. Ces aplats reprennent la couleur du pôle.

COULEUR RECS

COULEUR APC

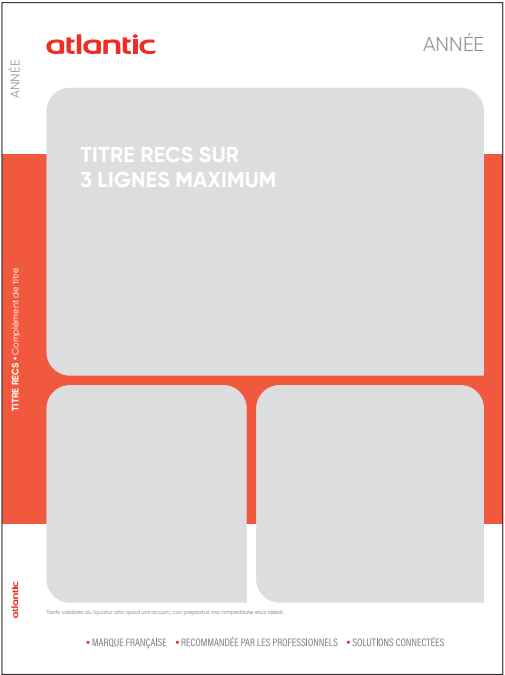
COULEUR ACTA



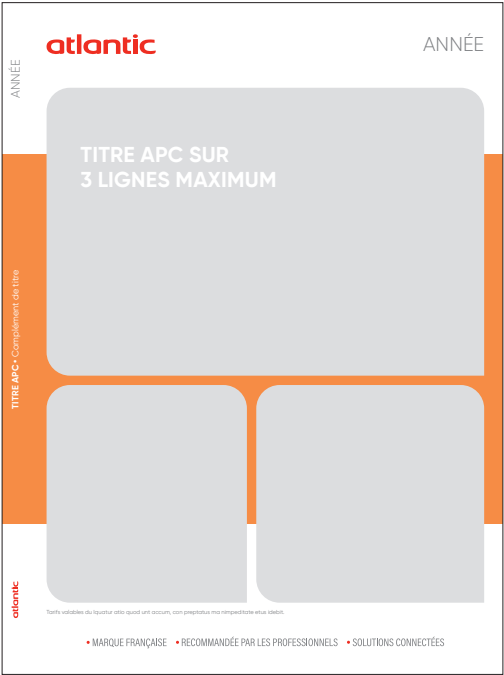
# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues – gabarits couvertures RECS / ACTA / APC

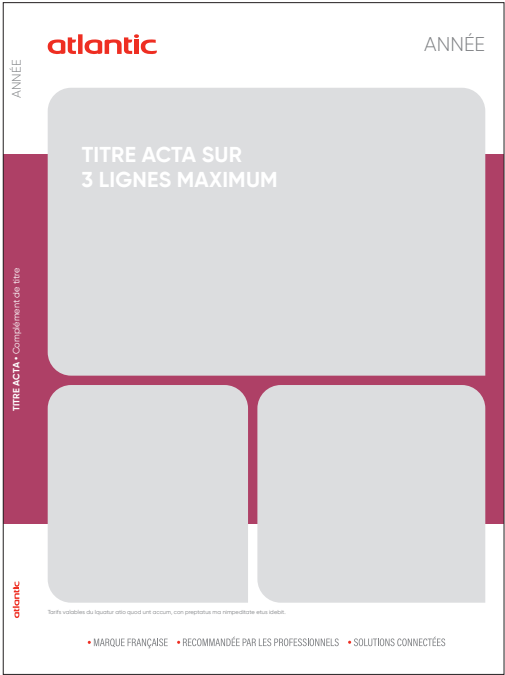
GABARIT RECS



GABARIT APC



GABARIT ACTA



## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Les catalogues - couverture de catalogue BtoC

Exemple d'une 1<sup>re</sup> de couverture de catalogue transverse grand public.

**La taille et le placement du logotype Atlantic « On est bien chez vous »** a été défini selon les règles indiquées en partie n° 1, elles doivent toujours être appliquées.

De plus, la signature de marque figure sur l'ensemble des supports BtoC sauf exception .

La couverture se compose d'un seul visuel central qui s'inscrit dans le forme « a » de la charte , d'une accroche principale placée toujours au même endroit, d'une sous-accroche et d'une présentation des typologies de produits du catalogue.

**Le placement de la frise RTB a été défini selon les règles indiquées en partie n° 1**, elles doivent toujours être appliquées.



On est bien chez vous.



Toutes  
nos solutions  
**pour vos économies**

**AU PROGRAMME**

Confort optimal, bien-être durable  
et économies d'énergie...  
Suivez le guide.

RADIATEURS ET SÈCHE-SERVETTES	CHAUFFE-EAU THERMODYNAMIQUE	POMPES À CHALEUR AIR/EAU ET CHAUDIÈRES GAZ À CONDENSATION	POMPES À CHALEUR AIR/AIR RÉVERSIBLES ET VENTILATION
			

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

# 3.1 SUPPORTS

## PRINT

Les catalogues -  
couverture de catalogue BtoC





## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Les catalogues – couverture Atlantic Systèmes

#### QUELQUES GRANDS PRINCIPES :

Les couvertures de catalogues Atlantic Systèmes sont constituées de 3 visuels intégrés dans un bloc arrondi avec un angle droit en bas à droite. En arrière-plan figure la couleur du secteur.

#### L'iconographie

Les couvertures de catalogue Atlantic Systèmes se composent de trois visuels, un visuel principal dans la partie supérieure et deux visuels secondaires dans la partie inférieure.

Les visuels sont intégrés dans la bulle avec des coins arrondis ; 10 mm dans ce cas et un angle droit positionné en bas à droite.

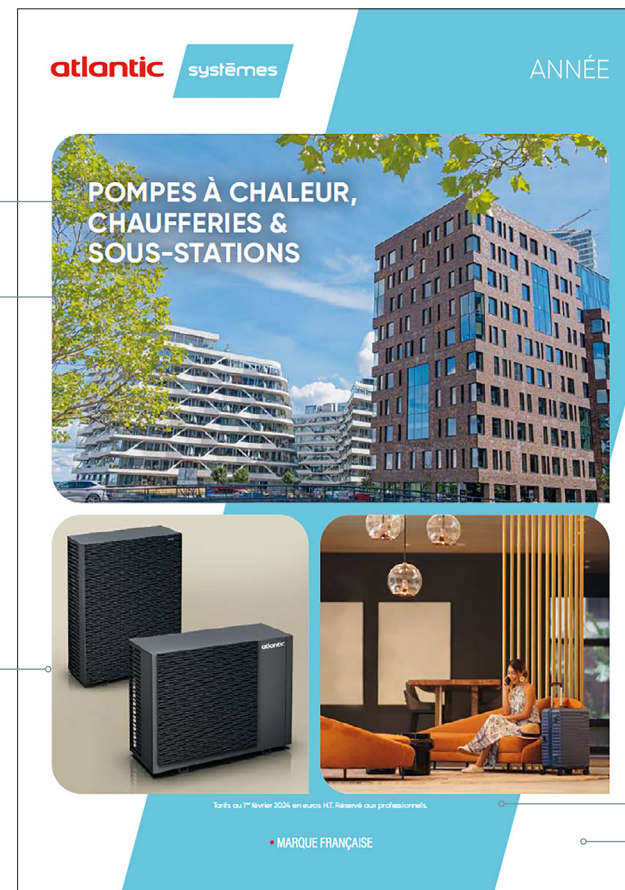
#### Éléments charte

La frise RTB ne comprend que l'indication « Marque Française »

Le titre se positionne sur le visuel principal et ne doit être supérieur à 3 lignes. Il est systématiquement en capital.

Visuel principal dans la partie supérieure sur toute la largeur. Visuel qui évoque le secteur (architecture intérieure ou extérieure).

Deux visuels secondaires dans la partie inférieure ; visuel technique/ innovation, service, produit ou installateur.



Biseau qui reprend la couleur du secteur.

La mention tarifs est centrée et placée dans le biseau

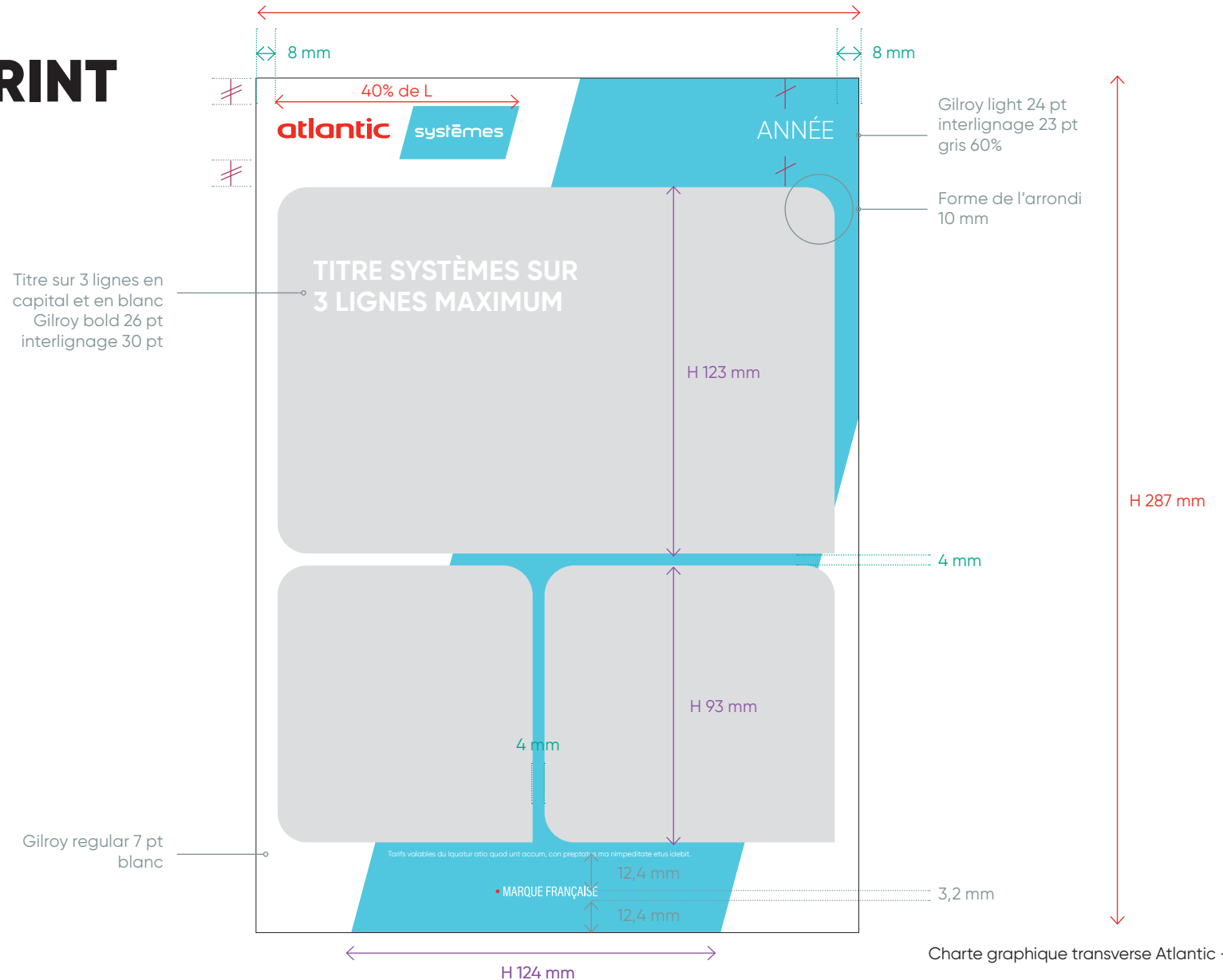
Frise RTB « Marque française »

## 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues - couverture  
Atlantic Systèmes

### QUELQUES GRANDS PRINCIPES :

Le biseau bleu qui  
passe sous les blocs  
visuels reprend  
TOUJOURS la même  
inclinaison que le  
logotype Atlantic  
Systèmes.



## 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues –  
couverture Atlantic Systèmes

### LE DOS CARRÉ :

Le dos carré  
reprend la couleur  
du secteur



## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Les catalogues - couverture de catalogue DMR

#### QUELQUES GRANDS PRINCIPES :

Les couvertures de catalogues DMR sont constituées de 3 visuels intégrés dans un bloc arrondi avec un angle droit en bas à droite. En arrière-plan figure la couleur du secteur.

#### L'iconographie

Les couvertures de catalogue DMR se composent de trois visuels, un visuel principal dans la partie supérieure et deux visuels secondaires dans la partie inférieure.

Les visuels sont intégrés dans la bulle avec des coins arrondis ; 10 mm dans ce cas et un angle droit positionné en bas à droite.

#### Éléments charte

Une zone blanche tournante permet d'accueillir le logotype et la mention « PRO 2023 » dans la partie supérieure et la frise RTB dans la partie inférieure.

Le titre se positionne sur le visuel principal et de ne doit être supérieur à 3 lignes. Il est systématiquement en capital.

Visuel principal dans la partie supérieure sur toute la largeur. Visuel d'ambiance produit ou visuel d'ambiance lifestyle avec ou sans produit.

Deux visuels secondaires dans la partie inférieure ; visuel technique/innovation, service, produit ou installateur.



Aplat qui reprend la couleur du secteur.

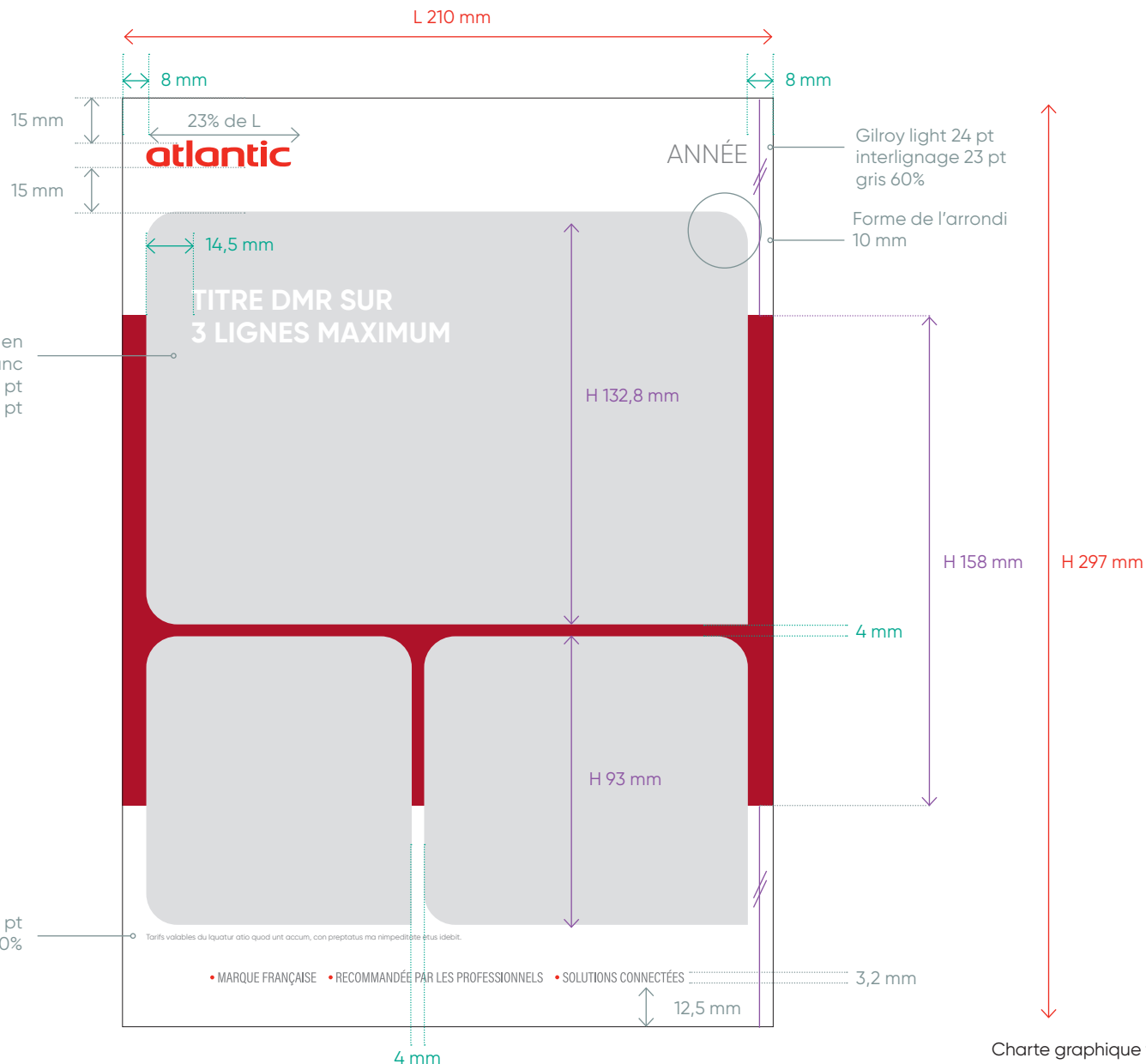


# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues -  
couverture de catalogue  
DMR

Titre sur 3 lignes en  
capital et en blanc  
Gilroy bold 26 pt  
interlignage 30 pt

Gilroy regular 7 pt  
noir 60%



## 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues -  
couverture de catalogue  
DMR

### LE DOS CARRÉ :

Le dos carré  
reprend la couleur  
du secteur

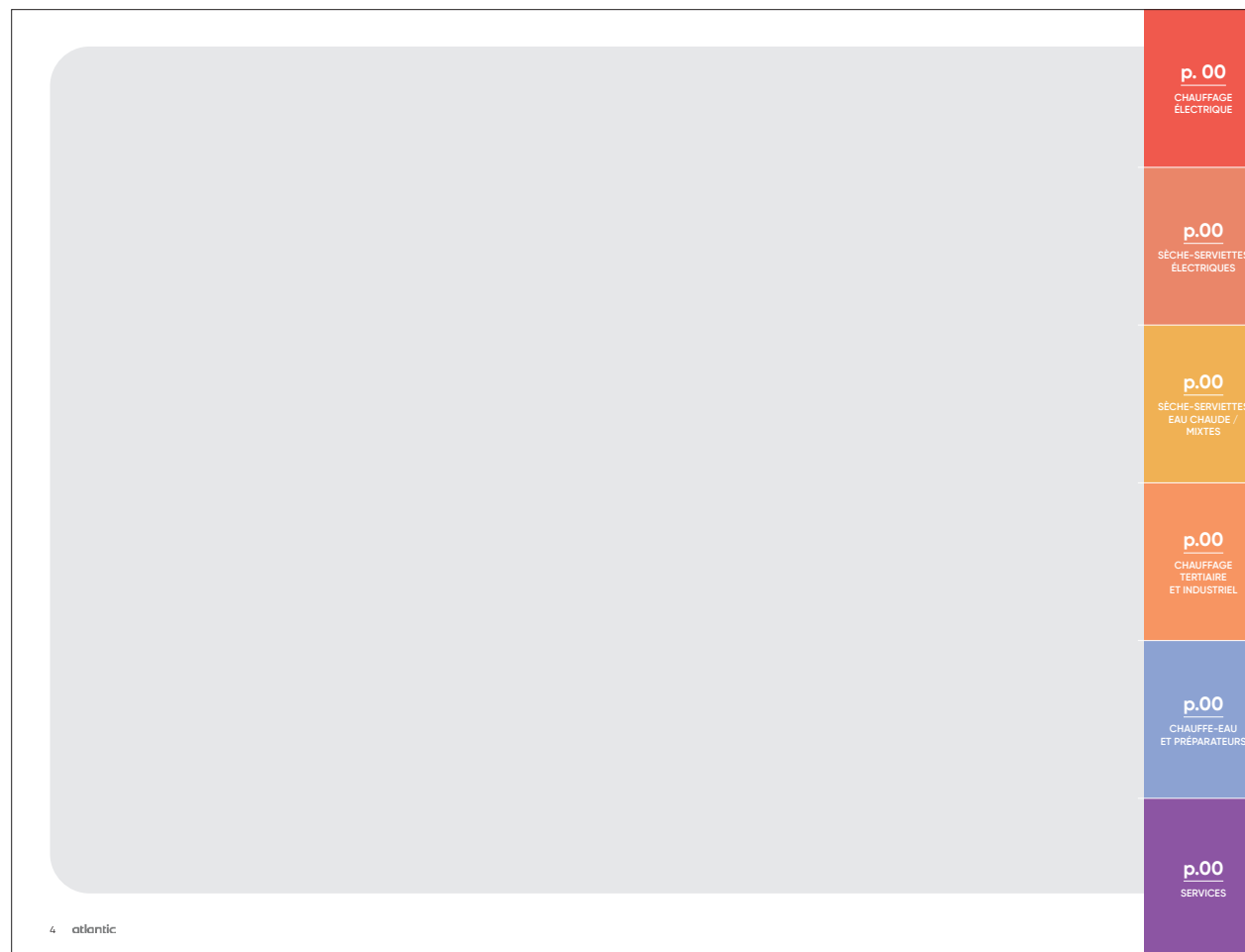
- Gilroy light 15 pt — 2024
- Gilroy regular 11 pt en blanc —
- Gilroy bold 11 pt en blanc et en capital —
- Largeur du logo 16 mm —



## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Les catalogues – sommaire BtoB

Le sommaire se compose d'un visuel ambiance produit, d'une marie louise blanche et d'une frise verticale reprenant la couleur de chaque pôle.









# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues – pages produits BtoB ACTA sans visuel d’ambiance

Les éléments se disposent sur une grille de 2 colonnes, en utilisant la couleur adaptée à la typologie de produit.  
La page se compose :

- du nom du produit en bas de casse, seules les abreviations doivent être écrites en capitales (exemple : VMC), en grand caractères et en grasse light.
- d’un visuel packashot produit,
- des «plus produits» accompagnés de pictogrammes dans les bulles à la couleur de la typologie de produit,
- de tableaux, graphiques et schémas techniques du produit.

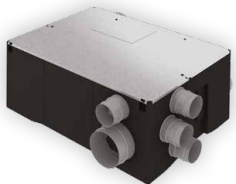
## Primocosity HR BP VMC double flux haut rendement

### Produits

- **Entretien simplifié :**
  - accès facile aux filtres sans outils
  - indicateur de changement des filtres
- **Rendements assurés même en volume non chauffé :**
  - calisson à isolation renforcée
- **Installation rapide et facile :**
  - compact et léger : passe facilement par une trappe de visite
- **Twist & Go :**
  - fixation rapide et étanche des conduits



(1) Conforme au règlement d'écologie-construction 1253/2014 et d'équipement énergétique 2014/2014



**atlantic pro Services**  
UN SERVICE DE PRO AU SERVICE DES PROS  
Pour réserver votre formation VNT 1-04 : "Mettre en service et paramétrer une installation double flux", contactez le 04 72 10 27 69 - voir p. 26.

### Description – application

- Adapté à la rénovation.
- Centrale double flux pour maisons individuelles du T2 au T7 avec 4 sanitaires maximum.
- Échangeur haut rendement 90% à contre courant\*.
- Moteurs basse consommation.
- Débits d'extraction régulés pièce par pièce grâce aux régulateurs intégrés sur les piquages.
- By-pass manuel.
- Système de dégivrage automatique et intégré.
- Twist & Go : système d'accroche des conduits rapide et étanche.
- Siphon intégré.
- Calisson isolé en PPE et couvrée en tôle avec mousse isolante.
- \* Rendement thermique de la centrale en combles à 0°C : 86 %.

### Primocosity HR BP SRI :

- Version avec télécommande radio sans fil pour le grand débit cuisine et la commande du by-pass.
- Timer 12 h sur le by-pass.

### Caractéristiques

Alimentation : Mono 230 V - 50 HZ

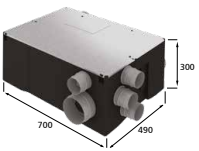
LIBELLÉ	Consommation électrique (W/Du-C)	Efficacité échangeur haut rendement (%)	Nombre de piquages (diamètre mm)	Poids (kg)	Filtration (E777 ISO 14000)	Commande PV/UV By-pass	Classe énergétique
PRIMOCOSY HR BP	48	90	4 x 125 & 4 x 80	15	G4 (Grossier 30 %)	Interrupteur	B
PRIMOCOSY HR BP SRI						Radio	B

### Tarifs

LIBELLÉ	Description	REF.	PRIX € HT	Eco-part € HT
PRIMOCOSY HR BP	Centrale double flux haut rendement spéciale combles	412236	1 600	1,67
PRIMOCOSY SRI BP	Centrale double flux haut rendement spéciale combles avec télécommande radio	412237	1 856	1,67

### Dimensions

En mm.



### Contenu du carton

	Primocosity HR BP	Primocosity HR BP SRI
Centrale double flux	1	1
Commande PV/UV On/Off by-pass	1 double inverseur	1 télécommande radio
Piquages Twist & Go	4 piquages sanitaires Ø 80 régulés 15 ou 30 m³/h - 1 piquage cuisine Ø 125 régulé 3 piquages Ø 125 rjps, prise d'air neuf et insufflation	
Calisson de serrage	8	8
Indicateur de remplacement des filtres	1	1
Jeu de filtres G4 (grossier 30 %)	1	1

### Accessoires complémentaires

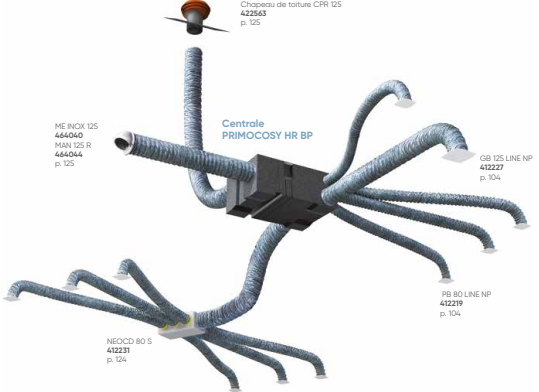


LIBELLÉ	Description	REF.	PRIX € HT	PMCB
KIT ACC PRIMO	Kit accessoires pour Primocosity : 1 NEDCO 80 S, 1 GB 125 NP, 4 PB 80 NP, 4 ONDESA 80 P*, colliers	412239	262	2/1
KIT SUSP PRIMO	Kit de suspension pour Primocosity	412212	26,8	2/2
FILT PRIMOCOSY	Jeu de 2 filtres de rechange G4 montés sur cadre	412190	26,2	-
NEDCO 80 S	Caisson de distribution avec Twist & Go à piquages Ø 80 et un piquage Ø 125	412231	88	2/3
T CONDENSAT 10M	Tuyau de raccord condensat Ø 16 mm, L = 10 m	412209	26,8	2/1

LIBELLÉ	Description	REF.	PRIX € HT
RR 125	Registre de réglage pour équilibrage du réseau d'insufflation	523451	41,7

Eco-contribution PMCB 3/2

### Exemple de réseau type



# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues – pages produits BtoB ACTA avec un visuel d’ambiance

Les éléments se disposent sur une grille de 2 colonnes, la couleur est déterminée par la catégorie. La page se compose :

- du nom du produit en bas de casse, seules les abreviations doivent être écrites en capitales (exemple : VMC), en grand caractères et en graisse light.
- d’un visuel d’ambiance dans la bulle en fond perdu en haut
- d’un visuel packashot produit,
- des «plus produits» accompagnés de pictogrammes dans les bulles à la couleur de la typologie de produit,
- de tableaux, graphiques et schémas techniques du produit.

## VMC Easy

Extraction continue  
- les spécifiques  
Extraction en conduits

**Produits**

- **Installation et entretien simplifiés** : moteur sur platine démontable, sans toucher aux conduits
- **Modularité** : débits boostés ajustables
- **Discrétion**





### Installation



Montage horizontal    Montage vertical

### Caractéristiques

Alimentation Mono 230 V - 50 Hz.  
Protection : IP44, Isolation électrique : classe II.  
Technopolymère auto-extinguible (Euroclasse B2).

LIBELLÉ	Débit (m³/s)	P. Abs. (Pa)	Niv. Son LdB (A,1m)	Poids (kg)
VMC EASY 100 3V	220 / 250 / 315	11 / 21 / 26	29 / 23	1,8
VMC EASY 125 3V	290 / 330 / 360	21 / 24 / 26	29 / 24	1,8
VMC EASY 150 3V	380 / 425 / 507	31 / 41 / 45	31 / 25	2,6

### Dimensions

En mm.



LIBELLÉ	Ø A Ø	B	C Ø	D	E
VMC EASY 100 3V	98	178	124	218	56
VMC EASY 125 3V	122	178	124	239	56
VMC EASY 150 3V	147	200	138	307	118

### Courbes aérauliques



100 V1 125 V1 150 V1  
100 V2 125 V2 150 V2  
100 V3 125 V3 150 V3

● produit en stock ● produit non stocké, délai à titre indicatif 6 semaines, départ plateforme Atlantic ● nous contacter

### Tarifs

LIBELLÉ	REP.	PRIX 6 HT€	co-port. 6 HT€
VMC EASY 100 3V	122186	182	0,83
VMC EASY 125 3V	122187	243	0,83
VMC EASY 150 3V	122188	310	0,83

### Accessoires complémentaires

Variateur de vitesse VEM 1.5 (311004)- p. 111



Conforme au règlement d'éco-conception **1253/2014** et exclu du règlement d'étiquetage énergétique **1254/2014** car puissance max < 30 W.

14 atlantic

15

EXTRACTION INDIVIDUELLE

# 3.1 SUPPORTS PRINT

## Les catalogues – pages produits BtoC RECS

- Les pages doivent **limiter un maximum l'utilisation de couleurs différentes** (pour donner une impression monochrome),
- **Le nom du produit** est toujours écrit en bas de casse,
- **Le visuel ambiance** produit est toujours présenté dans une fenêtre dédiée reprenant la forme «a» de la charte,
- Utilisation de la fenêtre filaire pour mettre en avant des **informations techniques** sur le produit,
- Les « plus » produits et les pictos prennent la teinte de la couleur du pôle.

COLLECTION STYLE

Divali

à partir de<sup>1)</sup>  
**812 € TTC**

Pour un modèle horizontal 750 W blanc carat



Quand la chaleur devient lumière

Divali combine performance, design et intelligence. Avec son style épuré, sa fonction lumineuse et son double corps de chauffe, Divali s'intégrera harmonieusement à votre intérieur pour y diffuser une chaleur naturelle très agréable. Une gamme complète pour toutes les configurations, même les petits espaces grâce à ses modèles plinthe et vertical.



+ Corps de chauffe en fonte pour plus de confort et d'inertie  
3 formats pour une intégration parfaite

JUSQU'À  
30%  
D'ÉCONOMIES

### + Design

Ce produit fin s'adaptera parfaitement à votre intérieur grâce à sa structure bicolore et à ses 3 formats (horizontal, vertical et plinthe). Disponible entre 750 et 2000 W selon le modèle, la gamme Divali est dotée d'une fonction lumineuse innovante qui se module selon vos envies. Disponible en 3 formats :

Horizontal Vertical Plinthe

Et 2 couleurs :

Blanc carat Gris étoilé

### + Praticité

Pratique et digital, le boîtier offre une prise en main intuitive. Prolongez l'expérience avec la connectivité via l'application Atlantic Cozytouch pour piloter vos radiateurs, moduler leur température, changer de mode et suivre votre consommation à distance.

### Économies

Réalisez des économies grâce aux fonctions intelligentes de Divali :

- Connectivité : maîtrise et suivi de votre consommation.
- Mode Auto : vos radiateurs s'adaptent à votre rythme de vie.
- Programmation personnalisable.
- Détection d'occupation et de fenêtres ouvertes/fermées.

### + Confort

Grâce à son corps de chauffe en fonte et à sa façade chauffante, la gamme Divali vous offre une chaleur douce et naturelle tout en garantissant une température homogène et un rayonnement optimisé.



<sup>1)</sup> Prix public conseillé hors pose, tout installateur est libre de fixer ses prix. TVA 10 % pour l'achat et la pose auprès d'un installateur professionnel et pour un logement achevé depuis plus de 2 ans. <sup>2)</sup> Données issues de l'étude de 2 500 logements équipés de radiateurs connectés Atlantic, culture des modes de détection d'absence et de détection de fenêtres ouvertes. <sup>3)</sup> Conformément aux lois en vigueur, le dernier vendeur du produit est tenu d'appliquer une garantie 2 ans pièces et main d'œuvre.

66 atlantic

COLLECTION STYLE

Oniris

à partir de<sup>1)</sup>  
**651 € TTC**

Pour un modèle horizontal 750 W blanc



La chaleur douce immédiate

De la finesse, de l'élégance, du confort et des économies. Oniris, c'est la promesse d'un chauffage performant et réactif pour se sentir bien chez soi, tout en maîtrisant votre consommation grâce à ses fonctions intelligentes. Une gamme parfaite, même pour les petits espaces avec ses modèles plinthe et vertical.



+ Double corps de chauffe  
Design sobre et élégant

JUSQU'À  
30%  
D'ÉCONOMIES

### + Design

Éléphants et sobres, les radiateurs Oniris s'adaptent à vos besoins avec une puissance allant de 750 à 2000 W selon le modèle. Disponibles en 3 formats (horizontal, vertical et plinthe) et dans les coloris blanc et gris étoilé, ils s'intègrent parfaitement à votre intérieur.

Disponibles en 3 formats :

Horizontal Vertical Plinthe

Et 2 couleurs :

Blanc brillant Gris étoilé

### + Praticité

Le boîtier pratique et digital vous offre une utilisation intuitive. Prolongez l'expérience avec l'application Atlantic Cozytouch qui permet de piloter vos radiateurs, d'ajuster la température, de changer de mode en cas d'absence et de suivre votre consommation, le tout à distance.

### Confort

Bénéficiez d'une chaleur douce et réactive grâce à une façade chauffante et un corps de chauffe en aluminium.

### + Économies

Réalisez des économies grâce aux fonctions intelligentes d'Oniris :

- Connectivité : maîtrise et suivi de votre consommation.
- Mode Auto : vos radiateurs s'adaptent à votre rythme de vie.
- Programmation personnalisable.
- Détection d'occupation et de fenêtres ouvertes/fermées.



<sup>1)</sup> Prix public conseillé hors pose, tout installateur est libre de fixer ses prix. TVA 10 % pour l'achat et la pose auprès d'un installateur professionnel et pour un logement achevé depuis plus de 2 ans. <sup>2)</sup> Données issues de l'étude de 2 500 logements équipés de radiateurs connectés Atlantic, culture des modes de détection d'absence et de détection de fenêtres ouvertes. <sup>3)</sup> Conformément aux lois en vigueur, le dernier vendeur du produit est tenu d'appliquer une garantie 2 ans pièces et main d'œuvre.

Et retrouvez les différentes puissances et dimensions sur [www.atlantic.fr](http://www.atlantic.fr)

atlantic 67



# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues – pages produits  
BtoC APC

- La double page doit **limiter un maximum l'utilisation de couleurs différentes** (pour donner une impression monochrome).
- **Le nom du produit** est toujours écrit en bas de casse.
- **Le visuel ambiance** produit est toujours présenté dans une fenêtre dédiée reprenant la forme «a» de la charte.
- Utilisation de la fenêtre filaire pour mettre en avant des **informations techniques** sur le produit.
- Les « plus » produits et les pictos prennent la teinte de la couleur du pôle.

PERFORMANCE NEUF

# Alfea Extensa

Pompe à chaleur air/eau bibloc pour les logements neufs ou bien isolés

à partir de<sup>(1)</sup>  
**9 982 € TTC**  
Pour un modèle Alfea Extensa Duo 3 kW

**Solution 3 en 1 compacte** pour le chauffage et l'eau chaude sanitaire et le rafraîchissement

**Économique et silencieuse**

**Connectée** pour piloter son confort à distance

La pompe à chaleur la plus vendue dans les maisons neuves

Performante, économique et écologique, la gamme Alfea Extensa répond entièrement aux exigences des logements neufs et récents. Disponible en 2 versions : chauffage seul ou avec eau chaude sanitaire incluse, pour un confort optimal.

**+ Performance**  
Production d'eau chaude sanitaire assurée par la pompe à chaleur et stockée dans un ballon de 190 L, idéal pour une utilisation familiale. La pompe à chaleur produit de l'eau chaude de chauffage à 55 °C jusqu'à -20 °C extérieur en utilisant les calories de l'air extérieur.

**+ Intégration**  
Compatible avec différents types d'émetteurs : plancher chauffant-rafraîchissant hydraulique, plafond chauffant-rafraîchissant hydraulique, radiateurs moyenne et basse température.

**+ Résistance**  
Alfea Extensa est équipée d'un échangeur de chaleur coaxial breveté, garantissant robustesse, fiabilité et durabilité ainsi qu'un rendement optimal par rapport à un échangeur à plaques.

Cette pompe à chaleur 3 en 1 vous permet de chauffer ou rafraîchir (en option) votre logement et d'avoir une eau bien chaude en toutes saisons.

**Praticité**  
Compatible avec les thermostats Navilink A59, A75 ou A78 pour piloter votre chauffage depuis les pièces de vie.

**Connectivité** avec l'application Atlantic Cozytouch : pilotez votre pompe à chaleur à distance depuis votre smartphone. Modifiez la température, passez en mode absence, programmez-la et suivez vos consommations à distance.

**Interopérabilité** avec Delta Dore et Somfy.

Retrouvez les différentes puissances et dimensions pages 42-43 et sur [www.atlantic.fr](http://www.atlantic.fr)

atlantic 69

(1) Prix publics conseillés (hors pose et hors accessoires TTC avec une TVA à 5,5 % éligible en passant par un installateur RGE). Tout installateur est libre de fixer ses prix. (2) Fabriqué en France, hors unités extérieures. (3) Economie d'énergie vers une chaudière. Tout estimateur via tout de dimensionnement Pro-PAC Atlantic en janvier 2023. Plus d'infos sur [www.atlantic.fr/ecoconso](http://www.atlantic.fr/ecoconso). (4) Bénéficiaire d'une extension qui porte la garantie à 3 ans pièces et 1 an main d'œuvre, si la mise en service est effectuée par un SAV agréé ou par le service d'assistance technique constructeur Atlantic RGE. (5) La garantie pièces est applicable uniquement si un entretien annuel est réalisé depuis la mise en service auprès d'un installateur professionnel agréé ou qualifié.

## 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues –  
pages produits BtoC ACTA

- La double page doit **limiter un maximum l'utilisation de couleurs différentes** (pour donner une impression monochrome).
- **Le nom du produit** est toujours écrit en bas de casse.
- **Le visuel ambiance** produit est toujours présenté dans une fenêtre dédiée reprenant la forme «a» de la charte.
- Utilisation de la fenêtre filaire pour mettre en avant des **informations techniques** sur le produit.
- Les « **plus** » produits et les pictos prennent la teinte de la couleur du pôle.

### Takao M3

Pompe à chaleur air/air réversible monosplit et multi-split

à partir de<sup>1)</sup>  
**2 515 € TTC**  
Pour un modèle Takao M3, Taille 7



**JUSQU'À 24% D'ÉCONOMIES\***

**Le plus économe en énergie de notre gamme Takao :**  
jusqu'à 24 %<sup>(1)</sup> d'économies

Fonctionnalités d'utilisation avancées

Design minimaliste et épuré

**atlantic VISION**  
Visualisez dans votre intérieur

70 atlantic

La plénitude d'un mural  
haute performance,  
intelligent et design

Sa conception s'appuie sur le meilleur de la technologie actuelle. Premier de la classe en termes d'économies d'énergie, il joue son rôle dans le domaine de l'éco-responsabilité grâce à ses très hautes performances énergétiques.

#### + Design

- Design minimaliste et lignes épurées.
- Façade blanche, lisse et mate.
- Une faible épaisseur pour les intégrations les plus exigeantes.
- Good Design Award en 2017.

#### + Intelligence

- S'adapte à votre rythme de vie :
- Programmation hebdomadaire,
  - Détection de présence.

#### + Connectivité

Pilotable à distance via l'application Atlantic Cozytouch grâce au Pack Naviclim<sup>(2)</sup>, vous pouvez l'allumer ou l'éteindre via votre smartphone, choisir le mode de fonctionnement, régler sa vitesse de ventilation, la position des volets et paramétrer vos programmations hebdomadaires. Le Takao M3 sera votre allié au quotidien.



#### Économies d'énergie

Un maximum d'économies d'énergie grâce aux très hautes performances énergétiques : Classe A+++ en mode froid et chaud. Jusqu'à 24 % d'économies d'énergie<sup>(1)</sup> supplémentaires par rapport à un Takao M1.



Vous souhaitez climatiser et/ou chauffer plusieurs pièces ? Vous pouvez panacher le Takao M3 avec le Takao Line et le Takao M2.



(1) Appliquée sur un mural Takao M3. Pour l'achat et la pose par un installateur professionnel et pour un logement achevé depuis plus de 2 ans. (2) Le Takao M3 est Pack Naviclim à ajouter afin de connecter le mural Takao M3 à l'application Cozytouch (à SCOP et consommation kWh) ou selon étiquette énergétique ERP sur SGE. (3) Sous réserve d'un contrat d'entretien annuel souscrit dès la 1<sup>re</sup> année, auprès de l'installateur, d'une entreprise spécialisée ou d'Atlantic.

Et retrouvez les différentes puissances et dimensions sur [www.atlantic.fr](http://www.atlantic.fr)

atlantic 71

LES POMPES À CHALEUR AIR/AIR RÉVERSIBLES

# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues –  
pages produits BtoC Services

Les pages Services répondent aux  
même règles que celles des pages  
produits :

- Les pages services répondent à  
un seul et même code couleur,  
le «violet» limiter un maximum  
l'utilisation de couleurs différentes  
(pour donner une impression  
monochrome).
- Le visuel ambiance est toujours  
présenté dans une fenêtre dédiée  
reprenant la forme «a» de la charte.

## DES SERVICES SUR MESURE



Parce qu'une **grande marque** se doit d'être  
toujours **à l'écoute de ses clients**, Atlantic  
vous accompagne tout au long de vos projets  
avec **des services de qualité**, personnalisés  
et assurés par **des équipes d'experts spécialisés**.

Profitez d'un service avant-vente pour vous aider à qualifier  
votre projet et à trouver un professionnel compétent.  
Mais aussi un service après-vente au cas où de nos usines.  
Avec notamment la livraison express des pièces de rechange :  
votre installateur pourra vous faire bénéficier de dépannages  
facilités !

**Vous aider  
et vous conseiller**

Un conseiller vous répond, du lundi au vendredi,  
de 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 18h00.

**01 46 83 04 98** (1) Prix d'un appel local

Une panne de chauffe-eau ? Vous avez besoin  
d'une intervention en urgence, appelez

**SOS CHAUFFE-EAU**  
**01 46 83 04 98** (2) Muni de votre code article et du numéro de série de votre appareil.

**En savoir plus  
ou nous contacter**

Consultez notre assistance SAV en ligne ou  
remplissez notre formulaire de contact sur :

**www.atlantic.fr**

**Rubrique assistance**

72 atlantic

Vous souhaitez **visualiser directement  
dans votre intérieur** nos sèche-serviettes,  
radiateurs, chauffe-eau et PAC air/air ?  
**Testez gratuitement Atlantic Vision**,  
disponible sur chacune des pages  
produits du catalogue  
et sur **atlantic.fr**.  
Et pour de petites astuces,  
laissez-vous guider aussi  
par nos tutoriels et guides  
de choix sur notre site.

**Découvrez**  
nos guides Aides au choix,  
simulateurs, livres blancs... sur :  
**www.atlantic.fr**  
**Rubrique conseils**

### Aides aux choix

Trouvez votre radiateur **idéal**, la pompe à chaleur **adaptée**  
à votre budget, ou la PAC air/air à la **bonne dimension**.

**Guide de choix radiateurs électriques**

Tout d'abord, quelle pièce  
voulez-vous chauffer ?

**Chauffage** **Chauffage d'eau** **Chauffage d'air**

**Guide de choix Pompes à chaleur et Chaudières**

Vous voulez...

**Pompe à chaleur** **Chaudière** **Pompe à chaleur**

**Guide de choix Pompes à chaleur air/air**

Tout d'abord, quel type de liste  
souhaitez-vous chauffer ?

**Chauffage** **Chauffage d'eau** **Chauffage d'air**

### Simulateurs

**Simulez vos économies** avec une pompe à chaleur ou des radiateurs  
intelligents, **calculez la puissance nécessaire** pour chauffer les pièces  
de votre logement et retrouvez tous nos simulateurs sur **atlantic.fr**

**Simulateur d'économies avec un radiateur**  
Simulateur d'économies d'énergie

Votre logement

Vous habitez en :

**Chauffage** **Pompe à chaleur** **Pompe à chaleur**

**Le radiateur est-il adapté à votre logement ?**

**Comment calculer la puissance  
nécessaire pour chauffer les pièces  
de mon logement ?**

### Guides

Devenez **incollables** avec nos guides chauffage,  
chauffe-eau et ventilation

**Quel type de chauffage électrique  
est fait pour moi ?**

**Comment fonctionne  
la ventilation double flux ?**

**Une pompe à chaleur,  
c'est du chauffage et de l'eau chaude !**

atlantic 73

DES SERVICES SUR MESURE



## 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues – pages d'ouverture du catalogue Atlantic Systèmes

### Tête de chapitre

Exemple de tête de chapitre d'un catalogue Systèmes. Les têtes de chapitres sont toujours écrites en capitales placées au sein du biseau bleu Systèmes. Des illustrations filaires accompagnent le propos.

Sur un visuel intégré dans la bulle qui occupe la double page.





## 3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues – pages produits du catalogue Atlantic Systèmes

### POURQUOI FAIRE LE CHOIX D'UN SYSTÈME HYBRIDE ?

Pour répondre aux enjeux de la transition bas carbone et aux exigences de la réglementation RE2020, mais également à celles du décret tertiaire, Atlantic Systèmes met en place une offre spécifique dédiée aux systèmes hybrides.

En neuf comme en rénovation, les avantages d'une solution hybride sont nombreux : respect du seuil de l'ic énergie 2025, éligibilité aux primes CEE, amélioration de l'étiquette DPE de votre bâtiment vous permettant de sortir des passoires thermiques.

#### LES SYSTÈMES HYBRIDES ATLANTIC

##### ECS



Ex : Hydramax Effipac

##### CHAUFFAGE **NOUVEAU**



Ex : Effipac Hybride

##### CHAUFFAGE + ECS

Une pompe à chaleur par usage



Ex : Effipac Hybride + Hydramax Effipac

##### CHAUFFAGE + ECS

Double service. Une pompe à chaleur pour les deux usages. Nous consulter



Ex : Double service Aptae hybride

**BENTÔT DISPONIBLE**  
Fin 4ème trimestre 2024

### NOUVEAU

#### POMPES À CHALEUR APTAE

Jusqu'à **A+++** 15°C

Jusqu'à **A++** 18°C

Fluide frigorigène naturel R290 : PRG<sup>1</sup> divisé par 700 par rapport au R410A

6 puissances disponibles de 15 à 50 kW

Production d'eau jusqu'à 75 °C

COP à 7/35°C jusqu'à 4,94

Des versions spécifiques pour les ambiances salines

Jusqu'à 6 PAC en cascade

Communication Modbus native



(1) Potentiel de Réchauffement Global


# 3.1 SUPPORTS PRINT


Les catalogues – pages produits catalogue DMR


### Trineo


Solution 3 services, pompe à chaleur air/air monosplit réversible et ECS

NEUF RENO










Unité extérieure


Unité intérieure

Vertical mural 150 et 200 L



Prescription

- Une seule unité extérieure : optimisation de l'espace, impact carbone diminué
- Solution très silencieuse à l'intérieur comme à l'extérieur<sup>(1)</sup>
- Robustesse avec la continuité de services ECS-chauffage
- Connectivité WIFI




Descriptif

**Solution 3 en 1 (chauffage, rafraîchissement et eau chaude sanitaire) avec une seule unité extérieure, adaptée à du chauffage composite.**

**Composition de la solution :**


- Unité extérieure : utilisée pour l'ECS, le chauffage et la rafraîchissement
- Unité intérieure murale pour le salon, 3 puissances disponibles : 2 kW, 2,5 kW et 3,5 kW
- Système de coordination composé par un Hub et une clé intégrée, livrés pré-appariés avec l'unité intérieure
- Un ballon thermodynamique Calypso Split Inverter de 2 capacités 150L et 200L en version murale.
- 15 m de liaisons frigorifiques maximum (pré-chargées)

Compatibilité photovoltaïque en autoconsommation




Connectivité

- Pilotage à distance de la solution complète via l'application Atlantic Cozytouch en WIFI (communication via le Hub inclus dans la solution)



Garanties

- Unité intérieure et unité extérieure : 2 ans pièces
- + 1 an pièces et main d'œuvre sous condition<sup>(2)</sup>
- Compresseur : 5 ans<sup>(3)</sup>
- Ballon : 5 ans



atlantic pro Services


UN SERVICE DE PRO AU SERVICE DES PROS

Voir p. 34 à 37


Service SATC

Atlantic radiateurs et eau chaude sanitaire


04 72 10 27 79



RE 2020




NEUF RENO



La solution RE2020<sup>(1)</sup> toutes saisons, la plus accessible !


Ne choisissez plus entre douche chaude et chauffage grâce à notre solution intelligente de régulation !



CONFORT


**Chauffage / rafraîchissement**

- Optimisation énergétique :
  - Mode absence
  - Pleine puissance pour atteindre rapidement la consigne
  - Mode ECO pour réduire la consommation énergétique




ECS

► Régulation ergonomique réglable en fonction du mode de vie



QAI


► Filtre purificateur<sup>(2)</sup>



PERFORMANCES

► Économie d'énergie :  
A++ en chaud et en froid et A+ en ECS


► Une seule UE, impact carbone diminué



ACOUSTIQUE

► Discret grâce à son mode silence, permettant de limiter le niveau sonore à seulement 20 dB(A)<sup>(3)</sup>

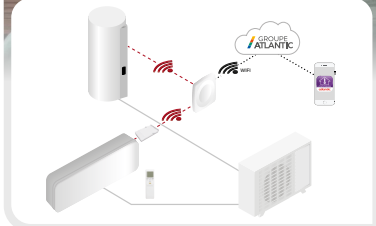
► Mode silence accessible depuis la télécommande



CONNECTIVITÉ

► Connexion en Wifi, sans bridge additionnel, avec le HUB et la clé, à l'application Atlantic Cozytouch sur smartphone

► Pilotage et programmation hebdomadaire à distance



Possibilité de version chaud seul

(1) Sous réserve de validation d'une étude thermique. (2) Désactive 99% des virus capotés (Test mené par le Kitaco Research Center (Japon) - Test N°2020-0408), Capoté (8,7% des offertes et pratiques) > 5 microns (Selon test JS 8903 (standard japonais), Stoppe la propagation des bactéries en 24h (Test mené par le Kitaco Research Center (Japon) - Test N°2020-0409), (3) pression sonore à 3 m en mode silence.

Charte graphique transverse Atlantic - 2024 - 102

## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Les catalogues – quatrième de couverture BtoB

La 4<sup>ème</sup> de couverture se compose :

- d'un encadré services à la couleur violet positionné dans la partie haute de la page,
- d'un tableau récapitulatif reprenant les contacts services selon les pôles, en adaptant les couleurs des aplats en fonction de ses derniers,
- Le document est signé par la marque Atlantic en bas à droite et le logo Triman en bas à gauche.

Des services de pro  
au service des pros.

atlantic **PRO**  
Services



Notre vocation ? Vous accompagner  
à chaque étape de votre projet avec  
notre assistance gratuite.

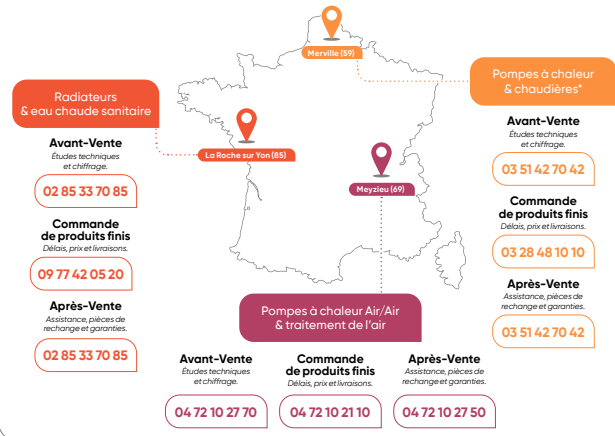
Au téléphone

En ligne

Sur le site

Des services sur mesure basés en France

Solutions individuelles



Espace SAV  
Pièces de rechange,  
garanties, documentations,  
vidéos...



[www.atlantic-pros.fr /](http://www.atlantic-pros.fr/)  
Rubrique «ESPACE SAV»

Formations  
Bénéficiez de formations en  
présentiel ou à distance pour  
développer vos compétences.

04 72 10 27 69  
[www.atlantic-pros.fr /](http://www.atlantic-pros.fr/)  
Rubrique «FORMATION»

\* Y compris Solerio et poêles à granulés.



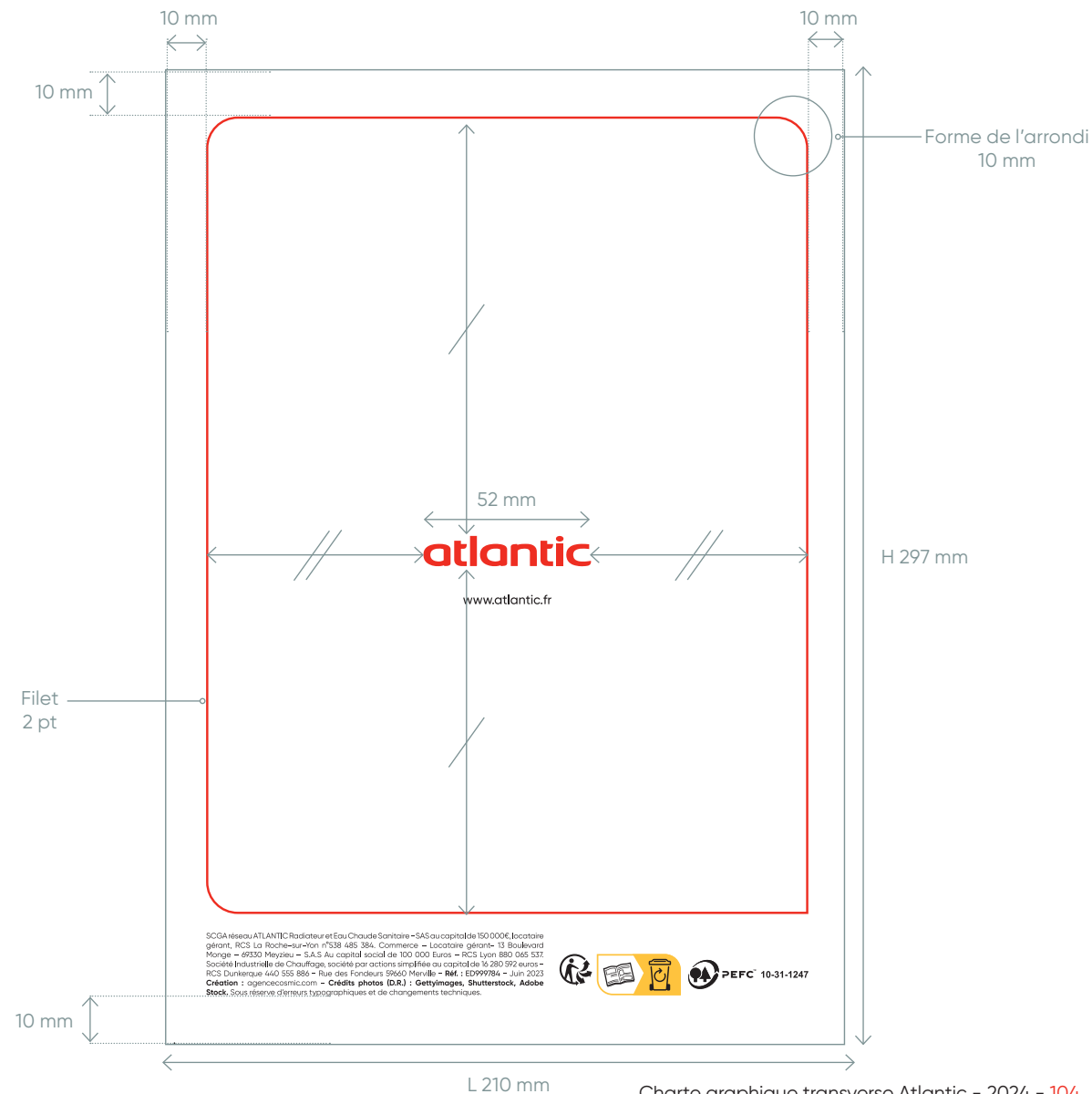
atlantic

## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Les catalogues - quatrième de couverture BtoC

Exemple d'une 4<sup>ème</sup> de couverture de catalogue transverse BtoC, reprise à l'identique pour l'ensemble des catalogues BtoC.

Le logotype Atlantic est centré dans son bloc blanc avec filet rouge.





# Les catalogues - quatrième de couverture

## Atlantic Systèmes

- d'un encadré services à la couleur violet toujours positionné dans la partie haute,
- d'un tableau récapitulatif des contacts services Systèmes en adaptant les aplat à la couleur Systèmes.

# Un accompagnement à chaque étape de votre projet.

**atlantic<sup>PRO</sup>**  
**Services**

**Notre vocation ? Vous accompagner à chaque étape de votre projet avec notre assistance gratuite.**

Au téléphone

En ligne

Sur le site

**Des services sur mesure basés en France**

**Collectif & tertiaire**

<p><b>Pompes à chaleur Air/Air et traitement de l'air</b></p> <p><b>Avant-Vente</b> Etudes techniques et chiffrage.</p> <p><b>04 72 10 27 70</b></p> <p><b>Commande de produits finis</b> Délais, prix et livraisons.</p> <p><b>04 72 10 21 15</b></p> <p><b>Après-Vente</b> Assistance, pièces de rechange et garanties.</p> <p><b>04 72 10 60 28</b></p>	<p><b>Pompes à chaleur, chaufferies et sous-stations</b></p> <p><b>Avant-Vente</b> Etudes techniques et chiffrage.</p> <p><b>01 41 98 30 00</b></p> <p><b>Commande de produits finis</b> Délais, prix et livraisons.</p> <p><b>03 85 35 21 21</b></p> <p><b>Après-Vente</b> Assistance, pièces de rechange et garanties.</p> <p><b>03 51 42 70 03</b></p>
--	---

## Industrie

Chaudières vapeur, eau surchauffée & fluide thermique

## Avant-Vente

Etudes techniques et chiffrage.

## Commande de produits finis

Délais, prix et livraisons.

## Après-Vente

Assistance, pièces de rechange et garanties.

contact.industrie@groupe-atlantic.com

## Espace SAV

Pièces de rechange, garanties, documentations, vidéos.

[www.atlantic-pros.fr/](http://www.atlantic-pros.fr/)  
Rubrique «ESPACE SAV»

## Formations

Bénéficiaire de formations en présentiel ou à distance pour développer vos compétences.

**04 72 10 27 69**

[www.atlantic-pros.fr/](http://www.atlantic-pros.fr/)  
Rubrique «FORMATION»

**atlantic** systèmes

Copie non autorisée sans la permission écrite de la Société ATLANTIC PROS. Toute réimpression sera poursuivie devant les tribunaux. Les droits réservés sont ceux de la propriété intellectuelle. Tous droits réservés. 2021 - GROSSETI

# 3.1

## SUPPORTS PRINT

L'iconographie p. 67

Les catalogues p. 77

**Les totems produits p. 107**

Les annonces presse p. 119

Documentations commerciales - BtoC p. 129

Fiches produits - BtoC p. 130

Fiches prescription - DMR p. 134

# 3.1 SUPPORTS PRINT

## Les totems produits APC

Quatre versions de totems produits sont possibles ; **les éléments communs sont :**

- un visuel d'ambiance dans la bulle,
- une accroche positionnée dans le visuel,

**Les différentes versions se différencient par :**

1. la mise en avant d'une promo,
2. la présentation des points forts produit,
3. le visuel d'ambiance qui s'étend sur toute la hauteur et donne le ton,
4. le produit est central dans le visuel d'ambiance, pas de packshot produit.

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU

NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
apicis min eicisist res quam  
quo eorum ditate.


Argument produit numéro 2  
quid quibus modis quatem  
voluptasium sitatio.

Argument produit numéro 3  
te velit, quantis et volupta  
tina valor adigentem.

EXCEPTIONNEL

000 €

Ici viendra  
une accroche  
prix



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉ PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU

NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
apicis min eicisist res quam  
quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
quid quibus modis quatem  
voluptasium sitatio.

Argument produit numéro 3  
te velit, quantis et volupta  
tina valor adigentem.

Point fort  
Rum volupis dolorum

Point fort  
Rum volupis dolorum

Point fort  
Rum volupis dolorum



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉ PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU

NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
apicis min eicisist res quam  
quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
quid quibus modis quatem  
voluptasium sitatio.

Argument produit numéro 3  
te velit, quantis et volupta  
tina valor adigentem.



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉ PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU

NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
apicis min eicisist res quam  
quo eorum ditate.


Argument produit numéro 2  
quid quibus modis quatem  
voluptasium sitatio.

Argument produit numéro 3  
te velit, quantis et volupta  
tina valor adigentem.

Point fort  
Rum volupis dolorum

Point fort  
Rum volupis dolorum

Point fort  
Rum volupis dolorum



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉ PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

1

2

3

4

# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems produits APC

Exemples d'application.

atlantic

LA POMPE À CHALEUR SPLIT  
TOUJOURS AUSSI FIABLE  
POUR RÉALISER UN MAXIMUM  
D'ÉCONOMIES

NOUVEAU

ALFEA  
EXCELLIA S

Ultra-silencieuse,  
34 dB(A) à 5m  
seulement



Économies  
60%

Idéale en remplacement  
d'une chaudière gaz  
ou fioul.

- Échangeur coaxial breveté : résiste au gel et à l'encrassement : pas besoin de ballon tampon dans la plupart des cas<sup>(1)</sup>.
- Garantie confort Atlantic : maintien de la température à 65 °C même jusqu'à -15 °C<sup>(2)</sup>.
- Grande efficacité : fluide R32
- SCOP : entre 4,66 et 4,71.



Pour en savoir plus sur Alfea Excellia S, rendez-vous sur [atlantic-pros.fr](http://atlantic-pros.fr)



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

LA POMPE À CHALEUR HYBRIDE  
MURALE COMPACTE ET SILENCIEUSE  
POUR UN MAXIMUM DE CONFORT  
ET D'ÉCONOMIES

NOUVEAU

HYBEA

Économies  
60%

Idéale en remplacement  
d'une chaudière murale gaz  
grâce à son format compact.

- Ultra-silencieuse : 30 dB(A) à 5m seulement<sup>(1)</sup>.
- Des économies d'énergie à la clé grâce à l'utilisation des calories gratuites de l'air extérieur par la PAC et la régulation selon le coût des énergies.
- Haute température : compatible avec tout type d'émetteurs grâce au départ chauffage à 80°C.
- Couvre tous les besoins de confort en chauffage et eau chaude grâce au relais PAC/chaudière.



Pour en savoir plus sur Hybea, rendez-vous sur [atlantic-pros.fr](http://atlantic-pros.fr)



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES



# 3.1 SUPPORTS PRINT

## Les totems produits RECS

Exemples de gabarits avec un produit RECS.

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU

NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.



Argument produit numéro 1  
1 apicis min eicissit res  
quam quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
2 quid quibus modis  
quatem voluptasium  
sitatio, quam quo eorum  
ditate.

Argument produit numéro 3  
3 velit, quantis et volupta  
tina valor adigentem.

EXCEPTIONNEL

000 €

Ici viendra  
une accroche  
prix

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU

NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.



Argument produit numéro 1  
1 apicis min eicissit res  
quam quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
2 quid quibus modis  
quatem voluptasium  
sitatio, quam quo eorum  
ditate.

Argument produit numéro 3  
3 velit, quantis et volupta  
tina valor adigentem.

Point fort  
Rum volupis dolorrum

Point fort  
Rum volupis dolorrum

Point fort  
Rum volupis dolorrum

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU

NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
1 apicis min eicissit res  
quam quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
2 quid quibus modis  
quatem voluptasium sitatio, quam quo eorum.

Argument produit numéro 3  
3 velit, quantis et volupta  
tina valor adigentem.



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES



atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU

NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.



Argument produit numéro 1  
1 apicis min eicissit res  
quam quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
2 quid quibus modis  
quatem voluptasium  
sitatio, quam quo eorum  
ditate.

Argument produit numéro 3  
3 velit, quantis et volupta  
tina valor adigentem.

Point fort  
Rum volupis dolorrum

Point fort  
Rum volupis dolorrum

Point fort  
Rum volupis dolorrum

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems produits RECS

Exemples d'application avec un produit format horizontal.

atlantic

LE RADIATEUR FLUIDE ET CONNECTÉ POUR UN MAXIMUM DE CONFORT ET D'ÉCONOMIES

NOUVEAU

GALAPAGOS



- Corps de chauffe avec fluide thermo-conducteur
- Nouveau boîtier de commande ergonomique équipé de fonctions d'accessibilité
- Détecteur de présence
- Pilotable à distance
- Connecté



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

LE RADIATEUR INTELLIGENT LE PLUS COMPACT DE LA GAMME ATLANTIC

NOUVEAU

AGILIA



- Corps de chauffe en aluminium et façade chauffante
- Idéal pour les petits espaces :
  - . 39 cm de large pour tous les modèles verticaux
  - . 37 cm de large pour le modèle horizontal\*
- Détecteur de présence
- Pilotable à distance
- Connecté



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

COMPACTE PAR LA TAILLE, GRANDE PAR LA PERFORMANCE

NOUVEAU

SYNÉA

Pompe à chaleur air/eau duo murale



- PAC murale duo la plus compacte du marché**
- 90 cm d'espace disponible en dessous
- Solution valorisée RE2020**
- COP chauffage : 5,07\*
  - COP ECS : 3,3
- Confort ECS**
- Ballon 150 L jusqu'à 5 personnes



• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems produits ACTA

Exemples de gabarits.

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU  
NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
1 apiclis min eicissit res  
quam quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
2 quid quibus modis  
quatem voluptasium  
sitatio, quam quo eorum  
ditate.

Argument produit numéro 3  
3 velit, quantis et volupta  
tina volar adigentem.

EXCEPTIONNEL  
000 €  
Ici viendra  
une accroche  
prix

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU  
NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
1 apiclis min eicissit res  
quam quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
2 quid quibus modis  
quatem voluptasium  
sitatio, quam quo eorum  
ditate.

Argument produit numéro 3  
3 velit, quantis et volupta  
tina volar adigentem.

Point fort  
Rum volupis dolorrum  
Point fort  
Rum volupis dolorrum  
Point fort  
Rum volupis dolorrum

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU  
NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
1 apiclis min eicissit res  
quam quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
2 quid quibus modis  
quatem voluptasium  
sitatio, quam quo eorum  
ditate.

Argument produit numéro 3  
3 velit, quantis et volupta  
tina volar adigentem.

Argument produit numéro 1  
1 apiclis min eicissit res  
quam quo eorum ditate.  
Argument produit numéro 2  
2 quid quibus modis  
quatem voluptasium  
sitatio, quam quo eorum  
ditate.  
Argument produit numéro 3  
3 velit, quantis et volupta  
tina volar adigentem.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

ICI VIENDRA  
VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES MAXIMUM

NOUVEAU  
NOM DU PRODUIT

Une sous-accroche peut venir ici  
pour compléter le produit.

Argument produit numéro 1  
1 apiclis min eicissit res  
quam quo eorum ditate.

Argument produit numéro 2  
2 quid quibus modis  
quatem voluptasium  
sitatio, quam quo eorum  
ditate.

Argument produit numéro 3  
3 velit, quantis et volupta  
tina volar adigentem.

Point fort  
Rum volupis dolorrum  
Point fort  
Rum volupis dolorrum  
Point fort  
Rum volupis dolorrum

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

Charte graphique transverse Atlantic - 2024 - 111

## Les totems produits DMR

Exemples de gabarits DMR.

[illegible]





## 3.1 SUPPORTS PRINT

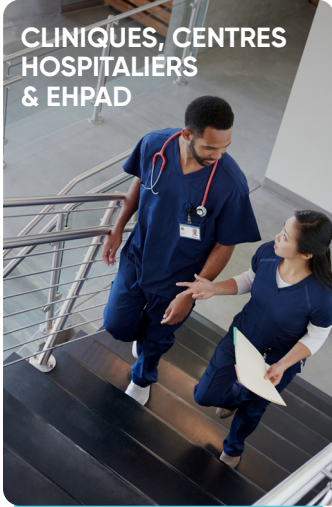
### Les totems Atlantic Systèmes Univers Marché

Les totems **Univers Marché** se composent :

- d'un visuel d'ambiance dans la bulle qui occupe toute la partie supérieure du support,
- d'une accroche positionnée sur le visuel en capitales,
- d'un aplat en biseau dans la partie inférieure qui accueille le texte,
- des pictogrammes en filaire.


atlantic systèmes

**CLINIQUES, CENTRES HOSPITALIERS & EHPAD**




Avec 50 ans d'expertise, Atlantic Systèmes est votre partenaire de confiance pour des solutions énergétiques de pointe.


Notre gamme complète de produits thermodynamiques et renouvelables offre une performance exceptionnelle en chauffage, climatisation et traitement de l'air de vos locaux collectifs et tertiaires.



HAUT POTENTIEL ÉNERGÉTIQUE COLLECTIF



CHANGEMENT COLLECTIF



POMPE À CHALEUR COLLECTIF

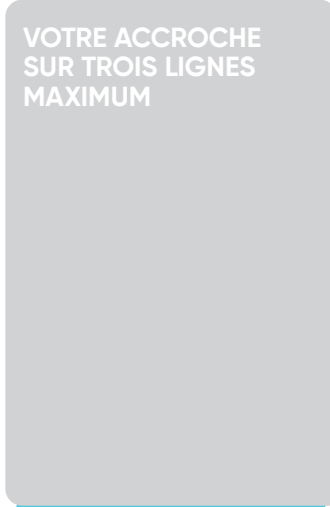
Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

\* Puissance électrique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\* Puissance thermique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\*\* Puissance thermique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\*\*\* Puissance thermique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\*\*\*\* Puissance thermique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\*\*\*\*

• MARQUE FRANÇAISE

atlantic systèmes

**VOTRE ACCROCHE SUR TROIS LIGNES MAXIMUM**




Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nam vitae pellentesque diam.


Aenean et fringilla lectus. Donec euismod sodales facilisis. Etiam tempus ligula ac ligula egestas, nec convallis nibh varius. Aenean volutpat libero sit amet viverra maximus.



HAUT POTENTIEL ÉNERGÉTIQUE COLLECTIF



CHANGEMENT COLLECTIF



POMPE À CHALEUR COLLECTIF

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

\* Puissance électrique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\* Puissance thermique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\*\* Puissance thermique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\*\*\* Puissance thermique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\*\*\*\* Puissance thermique maximale d'une pompe à chaleur à eau de source (PAC) en mode chauffage. \*\*\*\*\*

• MARQUE FRANÇAISE







# 3.1

## SUPPORTS PRINT

L'iconographie p. 67

Les catalogues p. 77

Les totems produits p. 107

**Les annonces presse p. 119**

Documentations commerciales - BtoC p. 129

Fiches produits - BtoC p. 130

Fiches prescription - DMR p. 134



# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les annonces presse – BtoB lancement de produits

atlantic

NOUVELLE GAMME

VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES  
MAXIMUM

NOM DE VOTRE  
OPÉRATION  
SUR 3 À 4 LIGNES  
MAXIMUM

PICTO  
GAMME  
PICTO  
GAMME

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

NOUVELLE GAMME

VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES  
MAXIMUM

NOM DE VOTRE  
OPÉRATION  
SUR 3 À 4 LIGNES  
MAXIMUM

PICTO  
GAMME  
PICTO  
GAMME


Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

NOUVELLE GAMME

VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES  
MAXIMUM



NOM DE VOTRE  
OPÉRATION  
SUR 3 À 4 LIGNES  
MAXIMUM

PICTO  
GAMME  
PICTO  
GAMME

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

Charte graphique transverse Atlantic - 2024 - 118



## Les annonces presse -BtoB lancement de produits

atlantic

**OFFREZ À VOS CLIENTS  
UNE EXCELLENTE RAISON  
DE CHANTER SOUS LA DOUCHE...**

72%  
d'économies



**NOUVEAU** \_\_\_\_\_  
**CALYPSO SPLIT**

Le chauffe-eau  
thermodynamique  
ultra-performant.



Flashez ici pour  
voir le site dédié.

- + Très haute performance\*\* : A+
- + Le plus silencieux du marché : 50 dB(A)
- + Connecté en Wi-Fi

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

**VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES  
MAXIMUM**



**NOUVEAU**  
NOM PRODUIT

Nom du produit  
lorem ipsum inder  
cariculam tedo.



Flashez ici pour voir le site dédié.

- Argument n°1 psuntota dellab
- Argument n°2 ut enimolorum ipsus
- Argument n°3 enter

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

## 3.1 SUPPORTS PRINT

Annonces presse – BtoC  
Lancement de produits

**atlantic**

On est bien chez vous.

VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES  
MAXIMUM

NOM DE VOTRE NOUVELLE GAMME

- Qua sigillie ienduconulla Sati,  
quod nostabu terum,  
volut iacivit aturo,
- Aridictor lat, nos accips, qua  
Scibunt, cri senit, quo Catum  
pulicit, nonscer icatis, spionsu.



Pour en savoir plus  
flashez ce QR code  
ou rendez-vous sur  
[www.atlantic.fr](http://www.atlantic.fr)



• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

**atlantic**

On est bien chez vous.

VOTRE ACCROCHE  
SUR TROIS LIGNES  
MAXIMUM



NOM DE VOTRE NOUVELLE GAMME

- Qua sigillie ienduconulla Sati,  
quod nostabu terum,  
volut iacivit aturo,
- Aridictor lat, nos accips, qua  
Scibunt, cri senit, quo Catum  
pulicit, nonscer icatis, spionsu.



Pour en savoir plus  
flashez ce QR code  
ou rendez-vous sur  
[www.atlantic.fr](http://www.atlantic.fr)



• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES



# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les annonces presse -BtoC  
OP temps forts / promo

Les annonces presses  
sont composées du KV  
intégré dans la bulle.

Une zone de blanc  
tournant accueille le logo  
en haut à gauche, la  
frise RTB et les mentions  
sont quant à elles  
positionnées en bas.

atlantic

COMPLÉMENT  
D'ACCROCHE ICI  
SELON CRÉA

LES MOIS  
— DE LA —  
RENO

À GAGNER

00000€  
remboursés<sup>(1)</sup>  
sur votre facture d'énergie

ET JUSQU'À

000€  
remboursés<sup>(2)</sup>  
pour l'achat et  
l'installation des  
produits éligibles  
à l'opération.  
OFFRE LIMITÉE.

Pour en savoir plus rendez-vous sur [www.atlantic.fr](http://www.atlantic.fr)

(1) Participez au tirage au sort pour tenter de remporter l'un des 10 remboursements de 10000 € mis en jeu. Pour participer, achetez et faites poser par un installateur professionnel, entre le 15/10/2022 et le 31/12/2023, l'un des produits éligibles parmi les chaudières gaz à condensation, pompes à chaleur Air/Air réversibles, pompes à chaleur Air/Eau, radiateurs et sèche-serveurs ATLANTIC. Offre réservée aux personnes physiques majeures domiciliées en France Métropolitaine. Toute demande incomplète, non renseignée, erronée, fautive ou non respectant les conditions de l'offre sera considérée comme nulle. Participation et règlement complet du jeu sur [atlantic.fr/renovation](http://atlantic.fr/renovation). Les règles de jeu sont disponibles sur [atlantic.fr/renovation](http://atlantic.fr/renovation) à partir du 15 octobre et le 31 décembre 2023. Atlantic vous rembourse par virement bancaire.

(2) Jusqu'à 400 € pour la catégorie « chaudières gaz et pompes à chaleur Air/Eau ».

(3) Jusqu'à 400 € pour la catégorie « chaudières gaz et pompes à chaleur Air/Air réversibles et unités extérieures multiples de pompes à chaleur Air/Air réversibles ».

Les 3 offres de remboursement sont cumulables. Remboursement limité à 400 € par catégorie et par foyer. Nombre de demandes limitées à 1 500 radiateurs et sèche-serveurs, 250 chaudières gaz, 300 unités extérieures multiples de pompes à chaleur Air/Air réversibles, 200 unités extérieures multiples de pompes à chaleur Air/Eau réversibles et 500 pompes à chaleur Air/Eau, à l'exception des pompes à chaleur Air/Eau Altea Excellence A1 et Altea Hybrid (Nombre de demandes non limité).

ATLANTIC SPRL, 44 bd des Etoiles-Les Bains de la Roche-sur-Ton, RCS La Roche-sur-Ton 543 033 113 Création : Altea Creative, Crédit photos : Shutterstock, Getty Images.

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

DU 15 OCTOBRE  
AU 31 DÉCEMBRE  
2023

LES MOIS  
— DE LA —  
RENO

À GAGNER

10000€  
remboursés<sup>(1)</sup>  
sur votre facture d'énergie

ET JUSQU'À

400€  
remboursés<sup>(2)</sup>  
pour l'achat et  
l'installation des  
produits éligibles  
à l'opération.  
OFFRE LIMITÉE.

Pour en savoir plus rendez-vous sur [www.atlantic.fr](http://www.atlantic.fr)

(1) Participez au tirage au sort pour tenter de remporter l'un des 10 remboursements de 10000 € mis en jeu. Pour participer, achetez et faites poser par un installateur professionnel, entre le 15/10/2022 et le 31/12/2023, l'un des produits éligibles parmi les chaudières gaz à condensation, pompes à chaleur Air/Air réversibles, pompes à chaleur Air/Eau, radiateurs et sèche-serveurs ATLANTIC. Offre réservée aux personnes physiques majeures domiciliées en France Métropolitaine. Toute demande incomplète, non renseignée, erronée, fautive ou non respectant les conditions de l'offre sera considérée comme nulle. Participation et règlement complet du jeu sur [atlantic.fr/renovation](http://atlantic.fr/renovation). Les règles de jeu sont disponibles sur [atlantic.fr/renovation](http://atlantic.fr/renovation) à partir du 15 octobre et le 31 décembre 2023. Atlantic vous rembourse par virement bancaire.

(2) Jusqu'à 400 € pour la catégorie « chaudières gaz et pompes à chaleur Air/Eau ».

(3) Jusqu'à 400 € pour la catégorie « chaudières gaz et pompes à chaleur Air/Air réversibles et unités extérieures multiples de pompes à chaleur Air/Air réversibles ».

Les 3 offres de remboursement sont cumulables. Remboursement limité à 400 € par catégorie et par foyer. Nombre de demandes limitées à 1 500 radiateurs et sèche-serveurs, 250 chaudières gaz, 300 unités extérieures multiples de pompes à chaleur Air/Air réversibles, 200 unités extérieures multiples de pompes à chaleur Air/Eau réversibles et 500 pompes à chaleur Air/Eau, à l'exception des pompes à chaleur Air/Eau Altea Excellence A1 et Altea Hybrid (Nombre de demandes non limité).

ATLANTIC SPRL, 44 bd des Etoiles-Les Bains de la Roche-sur-Ton, RCS La Roche-sur-Ton 543 033 113 Création : Altea Creative, Crédit photos : Shutterstock, Getty Images.

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

Charte graphique transverse Atlantic - 2024 - 121

# 3.1 SUPPORTS PRINT

Les annonces presse – Atlantic Systèmes



systèmes



LOREM A VERNATUR EVERUNT  
EUM NOBITEN DESSIMPORIAM  
CONSEDIS DOLLORI



**VARMAX**

Chaudière sol gaz  
à condensation en inox



Flashez ici pour  
voir le site dédié.

Argument n°1 psuntota dellab  
Argument n°2 ut enimolorum ipsus  
Argument n°3 enter

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE



systèmes

LOREM A VERNATUR EVERUNT  
EUM NOBITEN DESSIMPORIAM  
CONSEDIS DOLLORI



**PRODUIT**

Chaudière sol gaz  
à condensation en inox



Flashez ici pour  
voir le site dédié.

Argument n°1 psuntota dellab  
Argument n°2 ut enimolorum ipsus  
Argument n°3 enter

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE



systèmes

LOREM A VERNATUR EVERUNT  
EUM NOBITEN DESSIMPORIAM  
CONSEDIS DOLLORI

**PRODUIT**

Chaudière sol gaz  
à condensation en inox

Argument n°1 psuntota dellab  
Argument n°2 ut enimolorum ipsus  
Argument n°3 enter



Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

• MARQUE FRANÇAISE

## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Les annonces presse – Atlantic Systèmes Univers Marché

Les couvertures des **annonces presse Univers Marché** se composent :

- d'un visuel d'ambiance dans la bulle qui occupe la grande partie du support,
- d'une accroche positionnée sur le visuel en capitales,
- d'un aplat en biseau dans la partie inférieure, il ne doit pas percuter le logo,
- Le nom du produit en capitales, les arguments et le packshot placés sur une bulle à cheval sur le visuel et le biseau.



## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Les annonces presse – Atlantic Systèmes Corporate

Les couvertures des **annonces presse Corporate** se composent :

- d'un visuel d'ambiance dans la bulle qui occupe la grande partie du support,
- d'une accroche positionnée sur le visuel en capitales,
- d'un aplat en biseau dans la partie inférieure, il ne doit pas percuter le logo,
- Le nom du produit en capitales, les arguments et le packshot placés sur une bulle à cheval sur le visuel et le biseau.





## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Les annonces presse – Atlantic Systèmes Gamme

Les couvertures des **annonces presse Gamme** se composent :

- d'un visuel d'ambiance dans la bulle qui occupe la grande partie du support,
- d'une accroche positionnée sur le visuel en capitales,
- d'un aplat en biseau dans la partie inférieure, il ne doit pas percuter le logo,
- Le nom du produit en capitales, les arguments et le packshot placés sur une bulle à cheval sur le visuel et le biseau.



# 3.1

## SUPPORTS PRINT

---

L'iconographie p. 67

---

Les catalogues p. 77

---

Les totems produits p. 107

---

Les annonces presse p. 119

---

**Documentations commerciales - BtoC p. 129**

---

Fiches produits - BtoC p. 130

---

Fiches prescription - DMR p. 134





## Documentations commerciales - BtoC

[illegible]

# 3.1 SUPPORTS PRINT

Fiches produits – BtoC

## Caractéristiques

Modèle	Puissance max	L x H x Profondeur mm	Poids kg	Capacité eau (l)	Pression max (bar)	Pression max (bar)	Prix HT (€)
Horizontal	1000	710 x 585 x 115	22	507603	1 099 €	507609	1 188 €
	1500	910 x 585 x 115	29	507604	1 395 €	507610	1 494 €
	1900	1230 x 585 x 115	36	507605	1 671 €	507611	1 770 €
Vertical	1100	450 x 1550 x 743	38	507606	1 424 €	507612	1 724 €
	2000	450 x 1550 x 743	42	507607	2 000 €	507613	2 099 €
	1300	1320 x 300 x 115	29	507608	1 649 €	507614	1 748 €

Montant Eco-Participation : 24 TTC. € € - Régime au CEE grâce à sa performance.

Un service consommateurs,  
toujours à vos côtés

Vous avez besoin d'aide pour vous guider dans  
votre projet ou des questions concernant un produit ?

Appelez un conseiller au

01 46 83 04 98\*

Du lundi au vendredi de 9h00 à 19h00 et de 10h00 à 18h00  
hors jours fériés.

Vous souhaitez nous contacter ou en savoir plus  
sur nos services et produits ?

Consultez nos FAQ ou remplissez  
notre formulaire de contact sur

www.atlantic.fr

Votre Service Consommateurs, joignable par téléphone ou sur atlantic.fr,  
est disponible toute l'année pour vous conseiller et vous guider dans votre projet.

### "ATLANTIC, ON EST BIEN CHEZ VOUS"

- Une marque 100% reconnue par les professionnels. Bénéficiez des conseils et de l'expertise de nos installateurs partenaires proches de chez vous.
- Des solutions plus respectueuses de l'environnement. Atlantic innove pour vous proposer une source de confort éco-performante grâce à des technologies hybrides.
- Une marque française depuis plus de 50 ans. Fondée en 1968, Atlantic compte plus de 4 000 collaborateurs et 13 usines partout en France.
- Des services sur-mesure pour plus de tranquillité. Service client et après-vente, dépannage express, tutoriels vidéos... Atlantic met tout en œuvre pour votre tranquillité.

atlantic



atlantic  
On est bien chez vous.



• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

Verali

VERS UNE NOUVELLE ÈRE

Le nouveau radiateur design et haut de gamme signé Verali  
séduit autant par sa façade rayonnante en verre  
et son éclairage intégré que par ses performances.



1. Sur la facture de chauffage. Données issues de l'analyse de 2000 logements équipés de radiateurs connectés Atlantic utilisant les modes de diffusion d'ambiance et de détection de fenêtres ouvertes. 2. Conformément aux lois en vigueur, le dernier vendeur du produit est tenu d'appliquer une garantie 2 ans pièces et main d'œuvre.



#### Performance

Corps de chauffe en fonte et façade chauffante

#### Connectivité

Grâce à l'application Atlantic Cozytouch, pilotez votre radiateur à distance, depuis votre smartphone ou votre tablette : modulez la température, changez le mode et suivez votre consommation. Le bridge Cozytouch est nécessaire.

#### Confort

Façade en verre à la propriété inertielle. Fonctions lumineuses innovantes : mode Tarniak, mode Détection et mode Veilleuse. Radiateur commandable et programmable à distance grâce à l'application Atlantic Cozytouch. Boîtier digital avec touches tactiles.

#### Design

Façade en verre. Structure bicolore. 3 formats et 2 couleurs. Blanc brillant / Noir brillant.

#### Économies

Réalisez des économies grâce aux fonctions intelligentes de Verali.

- Connectivité : maîtrise et suivi de votre consommation
- Mode Auto : vos radiateurs s'adaptent à votre rythme de vie
- Programmation personnalisable
- Détection d'occupation et de fenêtres ouvertes/fermées



## 3.1 SUPPORTS PRINT

### Couverture fiches produits – Atlantic Systèmes

Les couvertures des **fiches produits** se composent :

- d'un visuel d'ambiance dans la bulle qui occupe la grande partie du support,
- d'une accroche positionnée sur le visuel en capitales,
- d'un aplat en biseau dans la partie inférieure, il ne doit pas percuter le logo,
- des arguments et le packshot placés sur une bulle à cheval sur le visuel et le biseau.



# 3.1 SUPPORTS PRINT

Double page fiches produits  
- Atlantic Systèmes

## LA GAMME APTAE

### LES + PRODUIT

#### PERFORMANCES

- PAC adaptée aux constructions neuves et aux installations de chauffage existantes grâce à la **haute température** (jusqu'à 75°C)
- COP machine jusqu'à 4,94<sup>(1)</sup>, SCOP jusqu'à 4,85<sup>(2)</sup>
- Solution bas carbone, valorisée dans la RE2020 seuil 2025 et DPE
- Technologie **INVERTER** (jusqu'à 50 kW) permettant une meilleure modulation de puissance et de faibles pertes de puissance à températures froides

#### FACILITÉ D'INSTALLATION

- PAC **monobloc** sans liaisons frigorifiques
- Grandes longueurs possibles entre PAC et local technique
- Communication **Modbus compatible** décret BACS et décret tertiaire
- Conception spécifique pour la sécurité propane



**APTAE**  
7 modèles  
de 15 à 75 kW

Cascade possible  
jusqu'à 450 kW

Compatible avec  
notre offre de  
modules hydrauliques  
préfabriqués



**APTAE 15-18**  
Châssis S



**APTAE 23-27**  
Châssis M



**APTAE 40-50**  
Châssis L



**APTAE 75**  
Châssis XL

<sup>(1)</sup> Selon la législation en vigueur. Peut être sujet à modifications. <sup>(2)</sup> Certifié HP Keymark.

## PROPANE : LES CARACTÉRISTIQUES

### Un fluide naturel

Le R290 est un fluide dit naturel, sans composés fluorés. Une éventuelle fuite a donc moins d'impact sur le réchauffement climatique en comparaison avec des fluides plus conventionnels comme le R410A (700 fois plus émissif) ou, dans une moindre mesure, le R32 (300 fois plus émissif).

Cet impact est mesuré par le PRG, le Pouvoir de Réchauffement Global des différents fluides frigorigènes :

FLUIDE	CO <sub>2</sub>	R290	R32	R410A
PRG (kg CO <sub>2</sub> eq)	1	3	675	2088

Cette caractéristique lui permet de ne pas être soumis à la réglementation européenne F-gas.

### Une conception spécifique pour la sécurité propane



Aptae 27, Châssis M

MODÈLE	APTAE 15-18 Châssis S	APTAE 23-27 Châssis M	APTAE 40-50 Châssis L	APTAE 75 Châssis XL
1 Coffret électrique isolé du compartiment frigorifique	*	*	*	*
2 Composants anti étincelles à l'intérieur du produit (hors coffret électrique)	*	*	*	*
3 Séparateur de propane intégré au circuit hydraulique	*	*	*	*
Détecteur de propane intégré			*	*
Compartiment frigorifique ouvert évitant la stagnation de propane	*	*	*	*

### Les spécificités d'intégration selon la norme EN378

Le R290 est différent du R32 en termes de classe d'inflammabilité : il est nécessaire de se référer au guide d'intégration Aptae pour valider les conditions d'installation de votre future PAC.

#### Installation recommandée

##### INSTALLATION EN EXTÉRIEUR AU SOL 1 OU TOITURE TERRASSE 2

Dispositions particulières à respecter dans une zone autour de la machine, se référer au guide d'intégration.

Ex. : pas de source d'ignition

Ces dispositions s'appliquent aux autres cas d'installations.

#### Installation possible

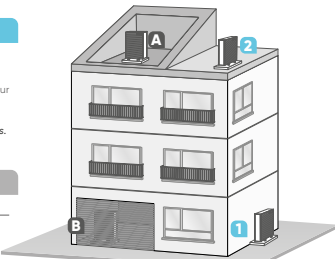
Vigilance sécurité et performances

##### INSTALLATION EN TERRASSE TROPICALE A

Prévoir une ouverture latérale pour éviter toute stagnation.

##### INSTALLATION EN ALCÔVE B

Éléments de sécurité à prévoir. Nous consulter.



#### Installation déconseillée

- Local technique en sous-sol - Cour Anglaise

Les règles d'implantation présentées dans ces cas sont valables pour vos projets de logements en neuf et en rénovation ainsi que pour vos projets en tertiaire, dont les ERP.

SEUIL D'ACCUEIL DE L'ERP	CATÉGORIE	GROUPE
Plus de 1 500 personnes	1 <sup>re</sup>	
de 701 à 1 500 personnes	2 <sup>e</sup>	
de 301 à 700 personnes	3 <sup>e</sup>	1 <sup>re</sup>
Moins de 300 personnes (sauf 5 <sup>e</sup> catégorie)	4 <sup>e</sup>	
Au-dessous de seuil minimum fixé par le règlement de sécurité	5 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>

## Quatrième de couverture fiches produits - Atlantic Systèmes



# 3.1 SUPPORTS PRINT

## Fiche prescription – DMR

atlantic



SCOP jusqu'à 5,12

### FICHE PRESCRIPTION

## Muraux Takao M3 Confort Plus

Pompe à chaleur Air/Air  
monosplit murale R32 DC  
Inverter Fujitsu



### Prescription

Confort toutes saisons (chaud + froid)<sup>(1)</sup>  
Confort acoustique, seulement 19 dB(A)<sup>(2)</sup>  
Large plage de fonctionnement :  
- de -15°C à +24°C en mode chaud  
- de -10°C à +46°C en mode froid



Unité intérieure



Groupe extérieur



### Descriptif

Pompe à chaleur Air/Air monosplit murale :

- Full DC Inverter au fluide R32

- Classe énergétique A+ à A+++

- Compatible avec le Cache-Clim Atlantic

#### Unités intérieures

- Type mural de couleur blanche

- Niveau sonore mini : 19 dB(A)

- Groupe extérieur compatible avec un habillage au design moderne, Cache-Clim d'Atlantic

#### Fonctions

- Redémarrage automatique après coupure de courant

- Mode automatique : réglage automatique de la température et de la ventilation

- Auto diagnostic

- Mode Hors gel (chauffage 10°C)

- Montée rapide en température (mode pleine puissance)

- Possibilité de réduction du niveau sonore de l'unité extérieure

- Détection de présence

- Programmation hebdomadaire

- Télécommande infrarouge de série

- Télécommande tactile en option

(1) Unités intérieures configurables en chaud seul.

(2) Selon modèle.

(3) La garantie globale est automatiquement étendue à 5 ans pour le compresseur, si un contrat d'entretien est souscrit annuellement.

(4) Depuis la mise en service jusqu'à 5 ans (selon modèle), qualité du d'Atlantic.

(5) Via l'application Atlantic Cozytouch, nous consulter.



Notre partenaire Fujitsu participe au programme de certification EUROPEAN... des climatiseurs (Programme A3).

Nous pouvons retrouver le site de produits certifiés sur le site : [www.european-certification.com](http://www.european-certification.com)



Remarque : toutes les données

techniques sont disponibles ici :

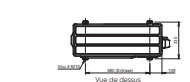
[www.atlantic-pros.fr](http://www.atlantic-pros.fr)

rubrique "Logiciels & outils"

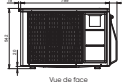
## Muraux Takao M3 Confort Plus

### COTES D'ENCOMBREMENT (en mm)

#### Unité extérieure



Vue de dessus

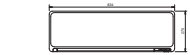


Vue de face



Vue de côté

#### Unité intérieure



Vue de face



Vue de côté

### CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES & RÉFÉRENCES

Alimentation : mono 230 V - 50 Hz

Puissance nominale pour votre projet (W)	2 000	2 500	3 400	4 200
Références	ASYG 7 KGT-UI 873 887 ADYG 7 KGC-UE 872 945	ASYG 9 KGT-UI 873 888 ADYG 9 KGC-UE 872 941	ASYG 12 KGT-UI 873 889 ADYG 12 KGC-UE 872 942	ASYG 14 KGT-UI 873 890 ADYG 14 KGC-UE 872 943

#### DIMENSIONNEMENT

Capacité (unités) / Puissance (W)	2 000	2 500	3 400	4 200
Puissance frigo nominale (min / max)	W 2 000 (190 / 3 000)	W 2 500 (190 / 3 000)	W 3 400 (190 / 4 100)	W 4 200 (190 / 4 100)
Puissance calorifique nominale (min / max)	W 2 500 (190 / 3 000)	W 3 000 (190 / 3 000)	W 4 000 (190 / 4 100)	W 5 000 (190 / 4 100)
Puissance calorifique à +7°C	3 900	4 100	4 400	4 600
Puissance absorbée nominale en froid	W 400	W 555	W 805	W 1 175
Puissance absorbée nominale en chaud	W 555	W 770	W 1 175	W 1 390
Débit d'air (unité intérieure) PV / OV	m³/h 270 / 720	m³/h 270 / 720	m³/h 250 / 770	m³/h 280 / 800
Débit d'air max (unité extérieure) OV	m³/h 1 610	m³/h 1 610	m³/h 1 680	m³/h 1 680

#### PERFORMANCES

Puissance calorifique nominale (min / max)	W	2 500 (900 / 5 200)	2 800 (900 / 5 400)	4 000 (900 / 6 100)	5 400 (900 / 6 400)
Puissance calorifique à 38°C	W	2 800	4 100	4 200	4 600

#### CLASSIFICATION

Classe énergétique (froid)	A+++	A+++	A+++	A++
Classe énergétique (chaud)	A+++	A+++	A+++	A+

#### PLAGE DE FONCTIONNEMENT

Froid	°C -10 à +46	-10 à +46	-10 à +46	-10 à +46
Chaud	°C -15 à +24	-15 à +24	-15 à +24	-15 à +24

#### INSTALLATION

Dimensions (H x L x P)	mm 270 x 834 x 215	270 x 834 x 215	270 x 834 x 215	270 x 834 x 215
Unité intérieure	mm 542 x 799 x 290	542 x 799 x 290	542 x 799 x 290	542 x 799 x 290
Unité extérieure	mm 542 x 799 x 290	542 x 799 x 290	542 x 799 x 290	542 x 799 x 290

#### Poids

Unité intérieure / unité extérieure	kg 10 / 30	10 / 30	10 / 31	10 / 32
-------------------------------------	------------	---------	---------	---------

#### RACCORDEMENTS ÉLECTRIQUES

Intensité Nominale	A 2,8	3,5	4,8	6,4
Calibre disjoncteur	A 16	16	16	16
Câble d'interconnexion UE / UI	40 x 1,5 mm²	40 x 1,5 mm²	40 x 1,5 mm²	40 x 1,5 mm²
Câble d'alimentation	30 x 1,5 mm²	30 x 1,5 mm²	30 x 1,5 mm²	30 x 1,5 mm²
Unité à alimenter électriquement	Unité extérieure	Unité extérieure	Unité extérieure	Unité extérieure

#### MÉTAFES MÉCANIQUES

Diamètre gaz	pouce 3/8	3/8	3/8	3/8
Diamètre liquide	pouce 1/4	1/4	1/4	1/4
Longueur standard	m 15	15	15	15
Longueur min. / max.	m 3 / 20	3 / 20	3 / 20	3 / 20
Dénivelé max.	m 15	15	15	15
Type de réfrigérant (Potentiel de Rechauffement Global)	R32 (675)	R32 (675)	R32 (675)	R32 (675)
Charge nominale (Longueur standard / T° ext.)	g 750	750	850	850
Charge additionnelle	g/m 20	20	20	20

#### Puissance d'évacuation des condensats

Unité intérieure	mm 16	16	16	16
------------------	-------	----	----	----

#### CAVITÉ COUVERTE

Télécommande filaire tactile	UTY-RNRV25	UTY-RNRV25	UTY-RNRV25	UTY-RNRV25
UTY-RNRV25	876 384	876 384	876 384	876 384
Platine interface <sup>(3)</sup>	UTY-TWRXZ2-2	UTY-TWRXZ2-2	UTY-TWRXZ2-2	UTY-TWRXZ2-2
UTY-TWRXZ2-2	876 107	876 107	876 107	876 107
Pack Navislim	876 310	876 310	876 310	876 310
Pack Navislim	876 310	876 310	876 310	876 310

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

#### Connectivité Cozytouch<sup>(4)</sup>

Connectivité Cozytouch <sup>(4)</sup>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>	RE sur B.A.R.T. disponible ici : <a href="http://www.atlantic-pros.fr">www.atlantic-pros.fr</a>
---------------------------------------	---	---	---	---

www.atlantic-pros.fr





## **3.2** **SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE**

---

Bureautique print ..... p. 135

Bureautique digitale ..... p. 141

## 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique print  
Cartes de visite

La carte de visite est  
au format **90 x 55 mm**  
et doit être imprimée  
en quadrichromie recto  
seul.

La typographie est le  
**Gilroy.**



## 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique print  
Cartes de visite

La carte de visite est  
au format **90 x 55 mm**  
et doit être imprimée  
en quadrichromie recto  
seul.

La typographie est le  
**Gilroy.**

Carte de visite pôle Pompes à chaleur et chaudières



Carte de visite pôle Radiateurs et Eau Chaude Sanitaire



Carte de visite pôle Climatisation et traitement de l'air



Carte de visite Atlantic Systèmes



## 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

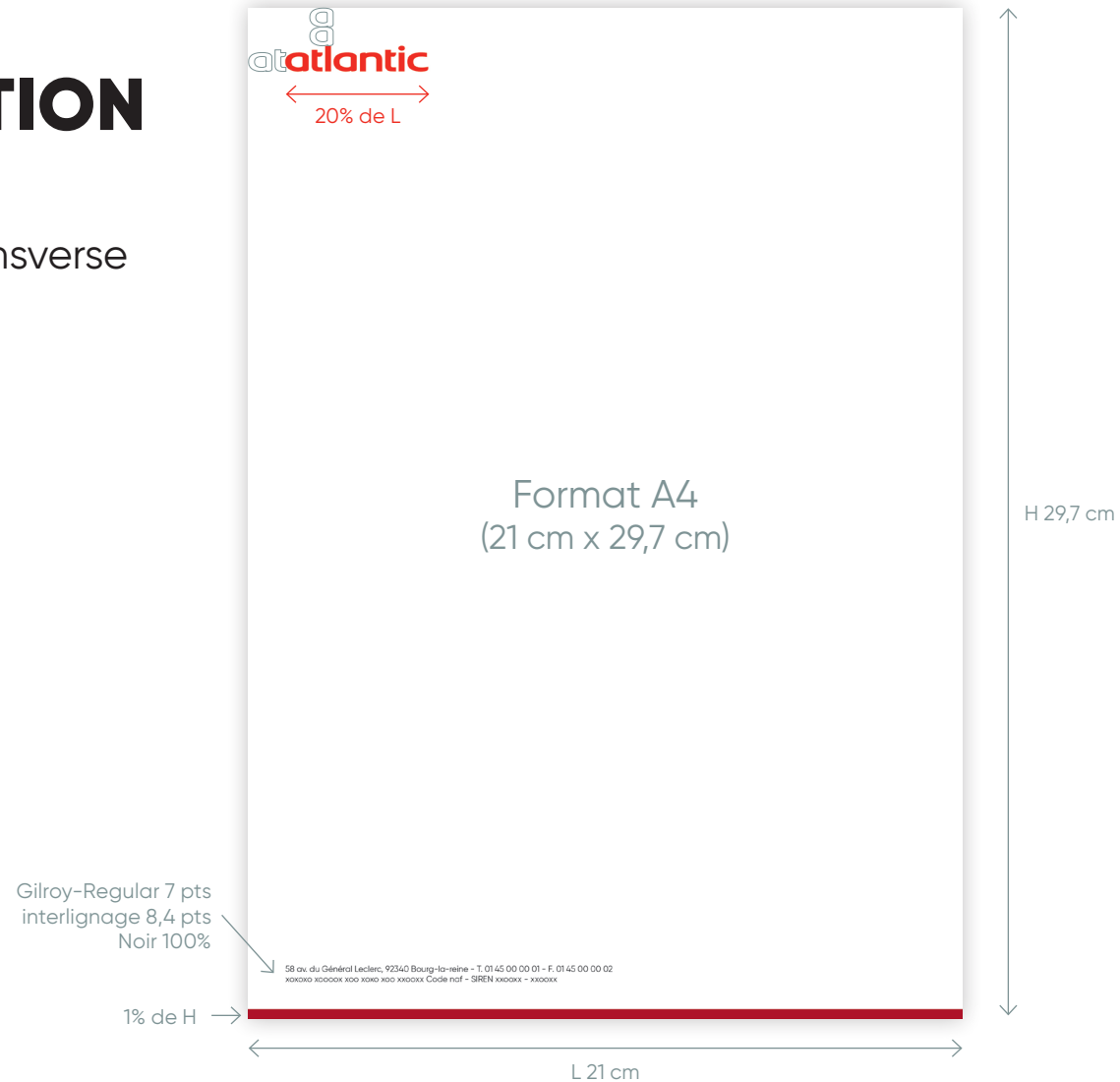
## Bureautique print - tête de lettre transverse

La tête de lettre transverse présente le logo en haut à gauche. Imprimée en A4 sur papier blanc et en quadrichromie.

Les marges extérieures  
sont égales à :

- **2 x a** sur la marge du haut
- **1 x at** sur les marges de gauche et droite.

## Tête de lettre Atlantic





## 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

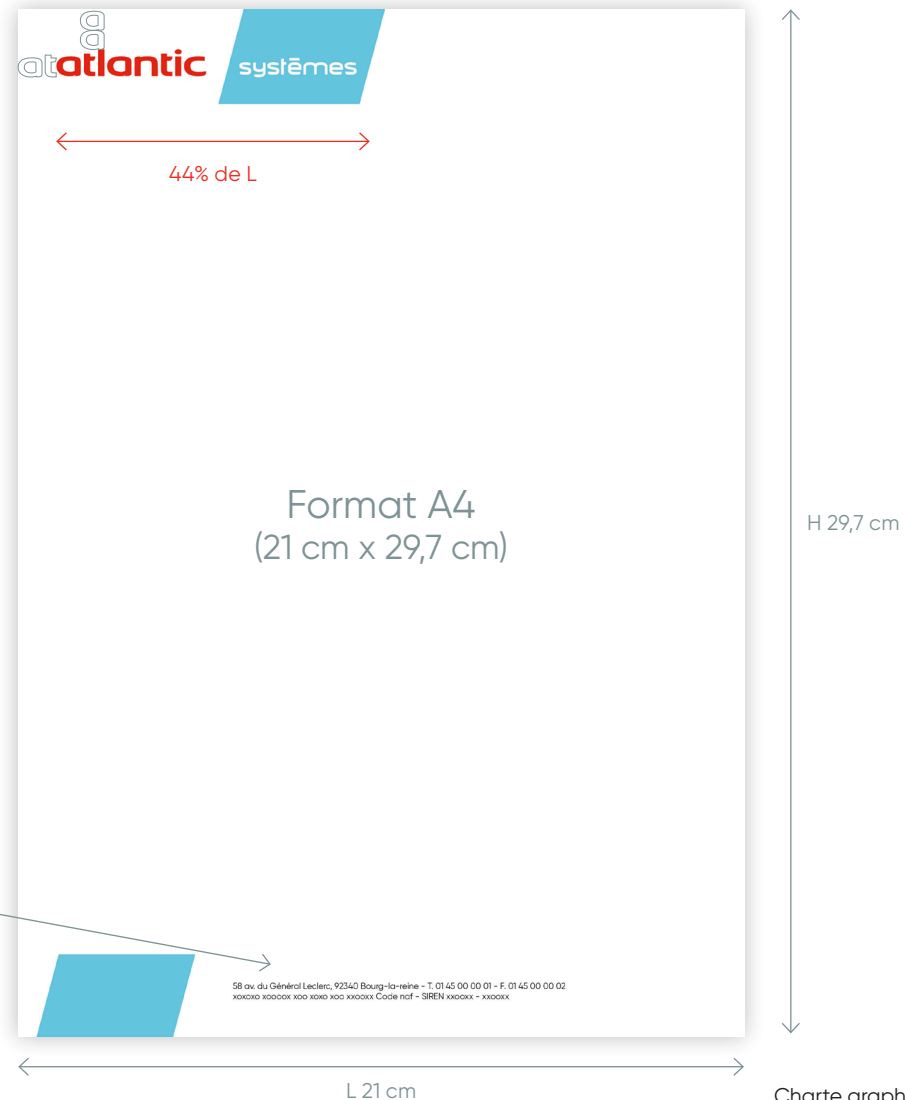
Bureautique print - tête de lettre  
Atlantic Systèmes

La tête de lettre transverse présente le logo en haut à gauche. Imprimée en A4 sur papier blanc et en quadrichromie.

Les marges extérieures  
sont égales à :

- **2 x a** sur la marge du haut
- **1 x at** sur les marges de gauche et droite.

Tête de lettre Atlantic Systèmes



## 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

### Bureautique print – cartes de correspondance

La carte de correspondance Atlantic transverse a été définie au format 210 x 100 mm et doit-être imprimée en quadrichromie recto seul. Elle est composée :

- Du logo Atlantic,
- Du nom de la direction (optionnel),
- Des coordonnées et du site internet.

Les marges extérieures sont égales à :

- **2 x a** sur la marge du haut, de gauche et de droite.



Carte de correspondance Atlantic Systèmes





## 3.2

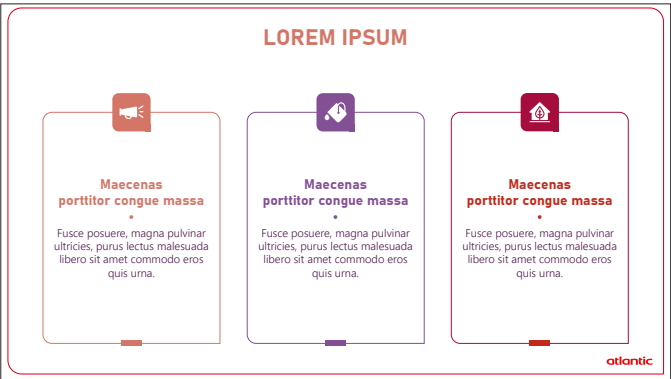
# SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique print ..... p. 135

Bureautique digitale ..... p. 141

# 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale  
Masque PowerPoint BtoB Home





# 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale  
Masque PowerPoint BtoB Home

L'ENCART • AVEC UNE PHOTO

**Maecenas porttitor congue massa**

Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.

**Maecenas porttitor congue massa**

Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.

**Maecenas porttitor congue massa**

Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.

UTILISATION D'UNE PHOTO EN HEADER

**Pensez à la lisibilité du titre**

Un filtre est présent sur la partie supérieure de la photo.

Vous pouvez mettre à jour la photo en la sélectionnant > clic droit > format de l'image > remplissage avec image ou texture

**Ici l'utilisation de l'encart peut surcharger la mise en page**

Utilisez plutôt les séparateurs en pointillés

**N'oubliez pas l'encart rouge qui doit être présent sur toute la présentation**

Ici il est directement collé hors du masque

LOREM IPSUM DOLOR  
FUSCE POSUERE PULVINAR ULTRICIES

XX%

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

L'image s'édite de la même manière que la slide précédente. Idéal pour des photos plus chargées

BILAN 2022

INTÉGREZ VOS GRAPHIQUES POUR QU'ILS SOIENT ÉDITABLES et qu'ils s'intègrent parfaitement à la charte

571 RETOMBÉES au 20/12/2022

+13% VS. 2021 503 retombées

150 en 2021, 135, 96 en 2021, 69, 175, 117 en 2021, 192, 117 en 2021

Systèmes collectif & tertiaire, RECS, PACC, Acta

ATLANTIC PREND SOIN DE VOTRE CONFORT

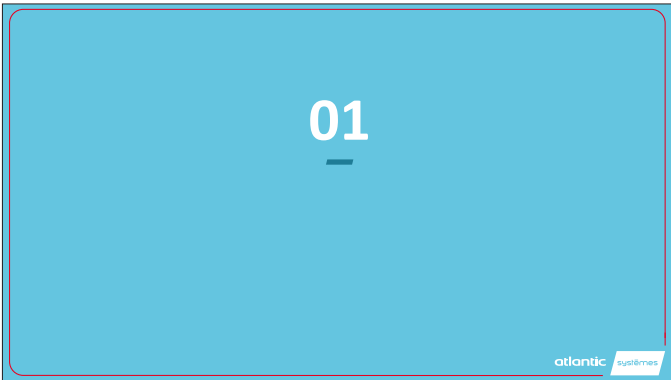
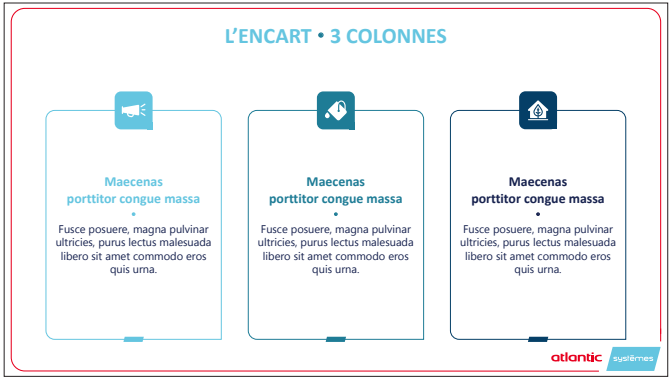
de ses clients professionnels  
de ses collaborateurs  
des ressources énergétiques  
de ses déchets  
de la nature  
d'innover en permanence  
de s'améliorer sans cesse  
du confort de vos clients

VISUEL PLEINE PAGE

LOREM IPSUM  
MAECENAS PORTTITOR CONGUE  
LECTUS LIBERO

# 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale  
Masque PowerPoint Atlantic Systèmes



# 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale  
Masque PowerPoint Atlantic Systèmes

L'ENCART • 4 COLONNES

Maeceas porttitor congue massa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maeceas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

Maeceas porttitor congue massa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maeceas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

Maeceas porttitor congue massa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maeceas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

Maeceas porttitor congue massa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maeceas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

atlantic systèmes


LOREM IPSUM DOLOR

FUSCE POSUERE PULVINAR ULTRICIES

XX%

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maeceas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

L'image s'édite de la même manière que la slide précédente. Idéal pour des photos plus chargées



atlantic systèmes

BILAN 2022

150 en 2021

135

69 96 en 2021

175

117 en 2022

192

117 en 2021

INTÉGREZ VOS GRAPHIQUES POUR QU'ILS SOIENT ÉDITABLES et qu'ils s'intègrent parfaitement à la charte


■ Systèmes collectif & tertiaire ■ RECS ■ PACC ■ Acta

571 RETOMBÉES

au 20/12/2022

+13% VS. 2021

503 retombées



atlantic systèmes

UTILISATION D'UNE PHOTO EN HEADER

Pensez à la lisibilité du titre

Un titre est présent sur la partie supérieure de la photo.

Vous pouvez mettre à jour la photo en la sélectionnant > clic droit > format de l'image > remplissage avec image ou texture

Ici l'utilisation de l'encart peut surcharger la mise en page

Utilisez plutôt les séparateurs en pointillés

N'oubliez pas l'encart rouge qui doit être présent sur toute la présentation

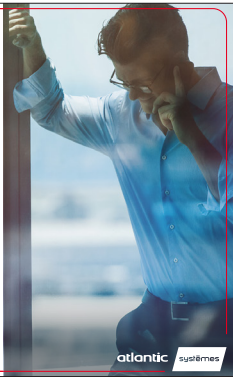
Ici il est directement collé hors du masque

atlantic systèmes

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Les photos peuvent s'utiliser pour enrichir une mise en page comme par exemple avec des tableaux ou des graphiques

EXCELLENT • BIEN -	2021	2022
SAV - TOUTS PÔLES	79%	82%
La facilité à nous contacter	76%	81%
Le délai d'attente au téléphone	84%	84%
Le délai de la réponse à votre mail ou à votre demande sur le site Internet	76%	81%
La qualité de l'accueil au téléphone	88%	91%
La qualité des renseignements fournis	73%	73%



atlantic systèmes

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

45%


Maeceas porttitor congue massa

Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero

75%

Maeceas porttitor congue massa

Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero



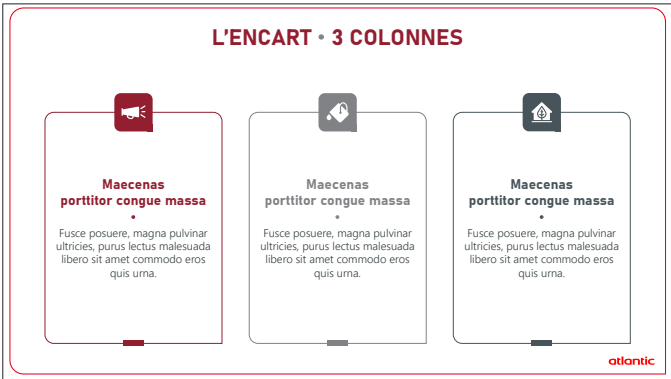
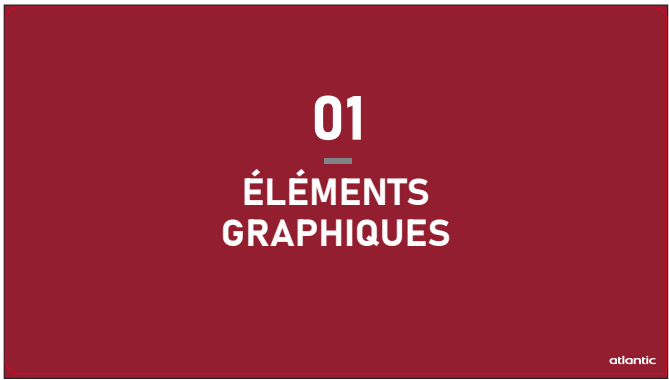
atlantic systèmes

Charte graphique transverse Atlantic - 2024 - 143



# 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale  
Masque PowerPoint DMR et transverse





# 3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale  
Masque PowerPoint DMR et transverse

L'ENCART • AVEC UNE PHOTO

**Maecenas porttitor congue massa**

Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.

**Maecenas porttitor congue massa**

Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.

**Maecenas porttitor congue massa**

Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.

atlantic

UTILISATION D'UNE PHOTO EN HEADER

**Pensez à la lisibilité du titre**

Un filtre est présent sur la partie supérieure de la photo.

Vous pouvez mettre à jour la photo en la sélectionnant > clic droit > format de l'image > remplissage avec image ou texture

**Ici l'utilisation de l'encart peut surcharger la mise en page**

Utilisez plutôt les séparateurs en pointillé

**N'oubliez pas l'encart rouge qui doit être présent sur toute la présentation**

Ici il est directement collé hors du masque

atlantic

LOREM IPSUM DOLOR

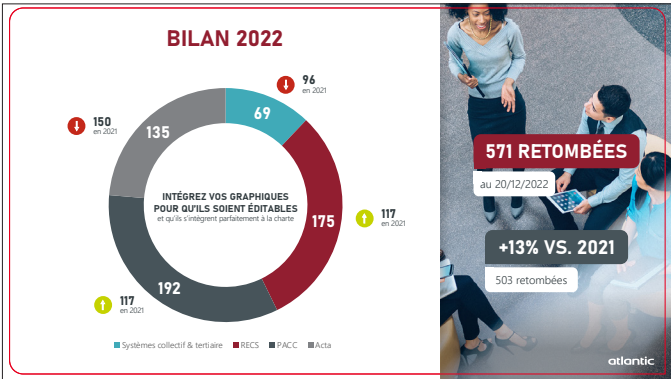
FUSCE POSUERE PULVINAR ULTRICIES

XX%

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Maecenas porttitor congue massa. Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero, sit amet commodo magna eros quis urna.

L'image s'édite de la même manière que la slide précédente. Idéal pour des photos plus chargées

atlantic



ATLANTIC PREND SOIN DE VOTRE CONFORT

de ses clients professionnels  
de ses collaborateurs  
des ressources énergétiques  
de ses déchets  
de la nature  
d'innover en permanence  
de s'améliorer sans cesse  
du confort de vos clients

atlantic

VISUEL PLEINE PAGE

LOREM IPSUM

MAECENAS PORTTITOR CONGUE

LECTUS LIBERO

atlantic



## 3.3 VIDÉO

Tone of voice	p. 149
Vidéo de lancement produit BtoB	p. 151
Vidéo de présentation produit BtoB	p. 152
Vidéo de présentations Live, Report Event, Séminaire	p. 153
Vidéo Promo	p. 154
Vidéo BtoC	p. 155
Spot TV BtoC	p. 159
Vidéo BtoB	p. 160
Vidéo Atlantic Systèmes	p. 163
Sous-titres	p. 166
Recommandations de durée	p. 167



## 3.3 VIDÉO

### Tone of voice

La marque Atlantic est une marque française et le revendique. **Elle sait s'adapter à sa cible et change de ton et d'humeur en fonction du sujet traité.** Elle pourra ainsi être sérieuse et pédagogue pour une vidéo présentation d'un produit à destination des installateurs, être plus sensationnelle pour un lancement d'un nouveau produit, et amusante pour une web-série...

Scientifique  
Ultra-technique  
Froid  
Gaguesque  
Brute  
Donneur de leçon  
Comique  
Irrévérencieuse  
Neutre

à l'écoute  
français confiant  
partenaire  
pédagogue  
professionnel souriant  
dynamique accessible  
expert smart  
amusant  
responsable

## 3.3 VIDÉO

### Tone of voice

#### Vidéo de lancement produit / service BtoB

Pour un lancement produit, l'univers et l'identité créés pour ce produit doivent se retrouver dans la vidéo. **Le champ des possibles créatifs est ouvert. Selon le produit et l'univers créé, la vidéo pourra adopter un ton allant de professionnel et responsable à souriant, et amusant, voire un peu décalé.**

Qu'importe le produit / service, les vidéos de lancement doivent répondre à ces critères :

- Durée max : 45 secs.
- Être événementiel en s'appuyant sur un angle marqué (fantastique, mystérieux, design, éco-responsable, ultra-confort, révolution...)
- Le produit doit présent à l'image au moins un tiers du temps global
- Respecter les intro / outro décrits dans ce document de charte vidéo
- Respecter couleurs et typos décrites ici, hormis logo de lancement spécifique.

#### Vidéo de présentation produit BtoB

Une vidéo de présentation produit s'appuie sur l'univers et l'identité créés pour le lancement du produit. La vidéo est cependant moins événementielle et met plus en avant les avantages et les spécifications techniques du produit, en étant **didactique. Les textes doivent être courts, lisibles, techniques, précis mais accessibles en compréhension.**

Toutes les vidéos doivent répondre à ces critères :

- Durée max : 1 min
- Animations des images et des textes fluides et dynamiques
- Présence majeure du produit
- Respecter les intro / outro décrits dans ce document de charte vidéo
- Respecter couleurs et typos décrites ici, hormis logo de lancement spécifique.

#### Vidéo de présentation Live / Report Event / Séminaire

Une vidéo d'un événement doit véhiculer une image positive, dynamique, empathique de la marque. Les intervenants doivent paraître **proches, chaleureux, souriant, tout en ayant un discours expert accessible à tous.** Le montage doit être dynamique. On peut entrecouper ces vidéos d'animations motions.

Toutes les vidéos doivent répondre à ces critères :

- Durée : de 45 secs à 1 min 30, 30 min pour un live stream
- Animations des images et des textes fluides et dynamiques
- Respecter les intro / outro décrits dans ce document de charte vidéo
- Respecter couleurs et typos décrites ici, hormis logo de lancement spécifique.
- Utiliser les animations lower thirds par présentées dans ce document.

#### Vidéo Marque

Une vidéo corporate / marque doit mettre en valeur l'ADN d'Atlantic, soit une marque française et fière de l'être, **professionnelle, innovante, responsable, proche de ses clients** (installateurs et clients). La marque est néanmoins **accessible, dotée d'humour, souriante, positive et confiante dans l'avenir.**

Les images produites doivent être d'une qualité audiovisuelle élevée, à la hauteur d'un leader du marché. L'incrustation d'animations motion est possible.

Toutes les vidéos doivent répondre à ces critères :

- Durée : de 45 secs à 1 min 30
- Animations des images et des textes fluides et dynamiques
- Respecter les intro / outro décrits dans ce document de charte vidéo
- Respecter couleurs et typos décrites dans ce document.

#### Vidéo Promo

Une vidéo promo doit être **impactante, courte, claire, avec peu de textes** pour mettre **en avant l'offre.** Elle s'appuie sur l'univers graphique développé pour le produit/service.

Toutes les vidéos doivent répondre à ces critères :

- Durée max : 45 secs
- Animations des images et des textes fluides et dynamiques
- Respecter les intro / outro décrits dans ce document de charte vidéo.
- Respecter couleurs et typos décrites ici, hormis logo d'opération spécifique.



## 3.3 VIDÉO

### Vidéo de lancement de produit – BtoB

Pour un lancement produit, l'univers et l'identité créés pour ce produit doivent se retrouver dans la vidéo. **Le champ des possibles créatifs est ouvert. Selon le produit et l'univers créé, la vidéo pourra adopter un ton allant de professionnel et responsable à souriant, et amusant, voire un peu décalé.**

Qu'importe le produit / service, les vidéos de lancement doivent répondre à ces critères :

- Durée max : 45 secs.
- Etre événementiel en s'appuyant sur un angle marqué (fantastique, mystérieux, design, éco-responsable, ultra-confort, révolution...)
- Le produit doit présent à l'image au moins un tiers du temps global
- Respecter les intro / outro décrites dans ce document de charte vidéo (p166-168)
- Respecter les typos décrites ici (p60), hormis logo de lancement spécifique.



## 3.3 VIDÉO

### Vidéo de présentation produit – BtoB

Une vidéo de présentation produit s'appuie sur l'univers et l'identité créés pour le lancement du produit. La vidéo est cependant moins événementielle et met plus en avant les avantages et les spécifications techniques du produit, en étant **didactique**.

**Les textes doivent être courts, lisibles, techniques, précis mais accessibles en compréhension.**

Toutes les vidéos doivent répondre à ces critères :

- Durée max : 1 min,
- Animations des images et des textes fluides et dynamiques,
- Présence majeure du produit,
- Respecter les intro / outro décrites dans ce document de charte vidéo (p166-168),
- Respecter les typos décrites ici (p60), hormis logo de lancement spécifique.



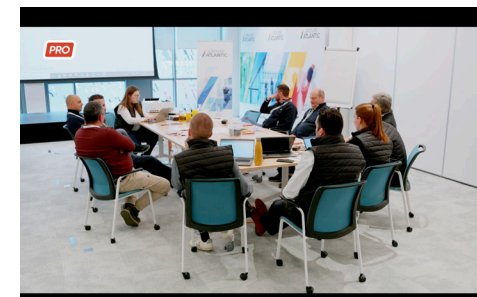
## 3.3 VIDÉO

### Vidéo de présentations Live, Report Event, Séminaire

Une vidéo d'un event doit véhiculer une image positive, dynamique, empathique de la marque. Les intervenants doivent paraître **proches, chaleureux, souriant, tout en ayant un discours expert accessible à tous**. Le montage doit être dynamique. On peut entrecouper ces vidéos d'animations motions.

Toutes les vidéos doivent répondre à ces critères :

- Durée : de 45 secs à 1 min 30, 30 min pour un live stream,
- Animations des images et des textes fluides et dynamiques,
- Respecter les intro / outro décrites dans ce document de charte vidéo (p166-168),
- Respecter les typos décrites ici (p60), hormis logo de lancement spécifique.



## 3.3 VIDÉO

### Vidéo Promo

Une vidéo promo doit être **impactante, courte, claire, avec peu de textes** pour mettre **en avant l'offre**. Elle s'appuie sur l'univers graphique développé pour le produit/service.

Toutes les vidéos doivent répondre à ces critères :

- Durée max : 45 secs,
- Animations des images et des textes fluides et dynamiques,
- Respecter les intro / outro décrites dans ce document de charte vidéo (p166-168)
- Respecte typos décrites ici (p60), hormis logo d'opération spécifique.





## 3.3 VIDÉO

Vidéo BtoC

*Intro*

### INTRO POUR DIFFUSION DIGITALE POUR FORMAT AU DELÀ DE 30SECS

L'animation du logo en intro s'accompagne toujours de sa baseline «**On est bien chez vous.**» lorsqu'on s'adresse à la cible BtoC.

Fichier vidéo :

Intro\_30s\_BtoC.mov ou .mxfl

The Atlantic logo, featuring the word "atlantic" in a red, lowercase, sans-serif font.The Atlantic logo with the baseline "On est bien chez vous." in a smaller, red, sans-serif font.The Atlantic logo with the baseline "On est bien chez vous." in a smaller, red, sans-serif font.

## 3.3 VIDÉO

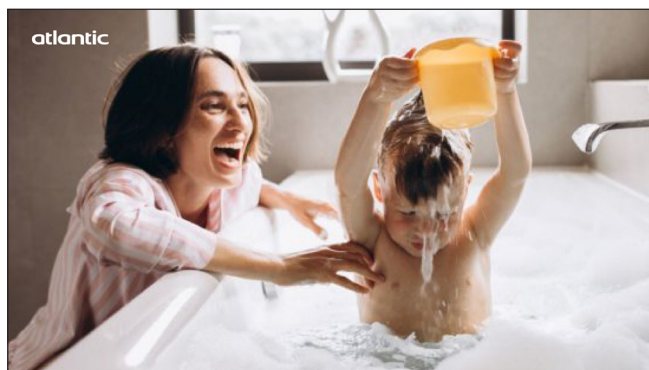
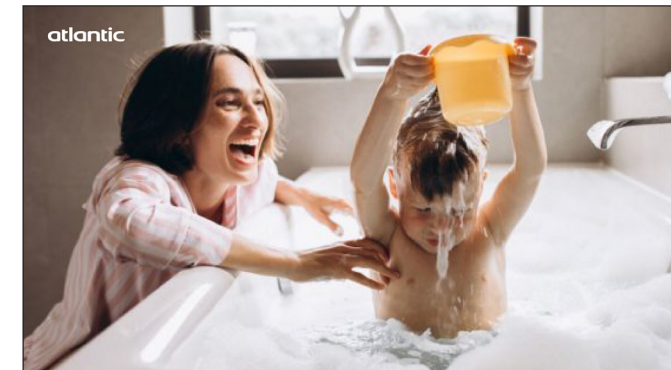
### Vidéo BtoC – Intro

Fichier vidéo :

Intro\_courte\_BtoC.mov ou .mxr

#### INTRO POUR DIFFUSION DIGITALE POUR FORMAT COURT MOINS DE 30 SECS

Dans le cas d'une vidéo courte diffusée en digital, pour optimiser le temps disponible, **le logo apparaît alors en haut à gauche, sans la baseline, et reste visible durant toute la vidéo**. Son placement en haut à gauche permet de laisser la place à d'éventuels sous-titres dans la partie basse de la vidéo.

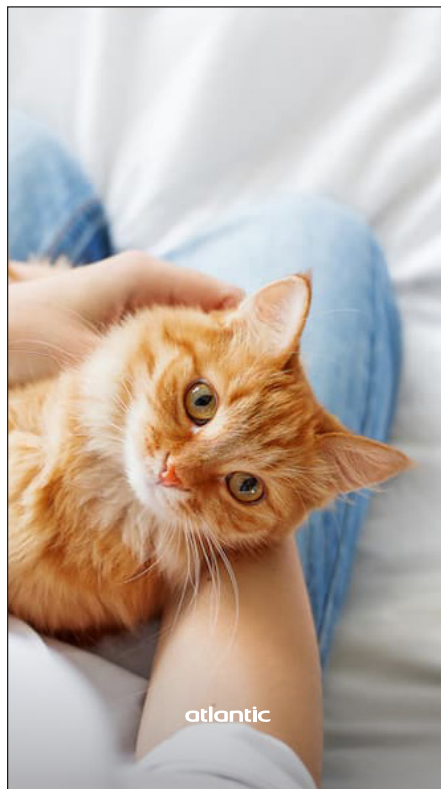
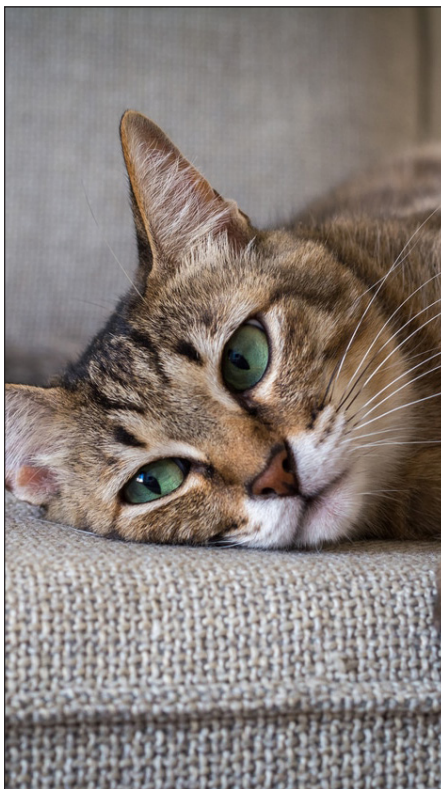


## 3.3 VIDÉO

### Vidéo BtoC - Intro

#### INTRO POUR SNACK CONTENT ET VIDÉO SOCIAL MEDIA

Sur les réseaux sociaux, les 1ères secondes étant cruciales pour séduire l'audience et capter son attention, on privilégie d'abord le contenu avant de faire apparaître le branding Atlantic pour éviter le zapping.

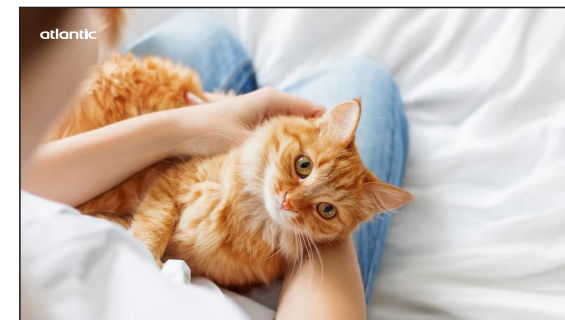


#### Fichier vidéo :

Intro\_9-16\_BtoC.mov ou .mxf

Intro\_courte\_BtoC.mov ou .mxf

**Pour les vidéos verticales**, le logo apparaît en motion, en bas au centre, sans la baseline pour des raisons de lisibilité, et reste présente durant toute la vidéo.



**Pour les vidéos 16/9**, le logo apparaît en motion, en haut à gauche, sans la baseline pour des raisons de lisibilité, et reste présente durant toute la vidéo.

## 3.3 VIDÉO

### Vidéo BtoC – Outro

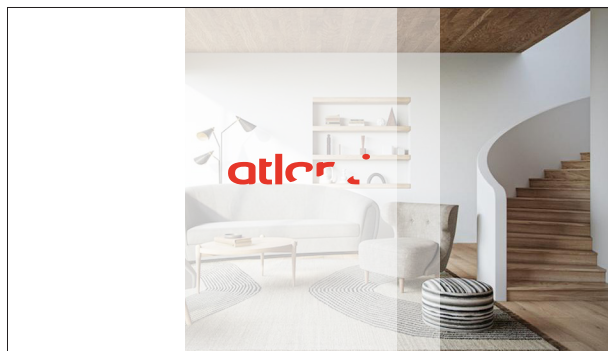
#### OUTRO POUR TOUS FORMATS TOUS CANAUX

Quelque soit leur durée et leur canal de diffusion, en BtoC, toutes les vidéos Atlantic sont signées de la même manière pour asseoir l'identité de marque. Le logo s'accompagne toujours de la frise RTB Atlantic.

#### Fichier vidéo :

Outro\_16-9\_BtoC.mov ou mxr  
Outro\_9-16\_BtoC.mov ou mxr

#### Format 16/9



#### Format 9/16





## 3.3 VIDÉO

### Spot TV BtoC Intro

#### INTRO POUR PUB VIDÉO BROADCAST TV

Afin de respecter les grands standards en publicité TV, le logo Atlantic n'apparaît pas en intro des spots TV, mais uniquement en outro (voir page 164).



## 3.3 VIDÉO

Vidéo BtoB  
Intro

**INTRO POUR DIFFUSION DIGITALE POUR FORMAT AU DELÀ DE 30SECS**  
L'animation intro fait apparaître le logo Atlantic seul.

**Fichier vidéo :**  
Intro\_30s\_BtoB.mov ou mxf

The Atlantic logo in red, featuring a stylized 'a' followed by the word 'tlantic'.The Atlantic logo in red, featuring a stylized 'a' followed by the word 'atlantic'.The Atlantic logo in red, featuring a stylized 'a' followed by the word 'ntic'.

## 3.3 VIDÉO

### Vidéo BtoB – Intro

#### INTRO POUR DIFFUSION DIGITALE POUR FORMAT COURT MOINS DE 30SECS

#### Fichier vidéo :

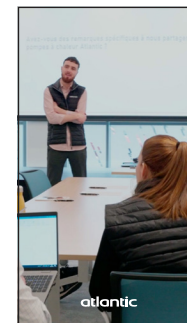
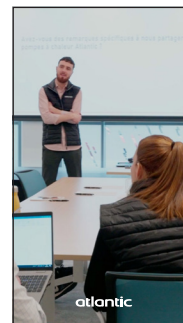
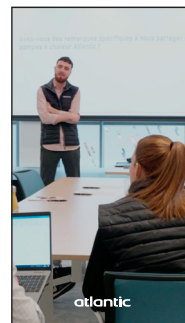
Intro\_30s\_BtoB.mov ou mxf

Intro\_9-16\_BtoB.mov ou mxf

#### Format 16/9



#### Format 9/16



**Format 16/9 :** Dans le cas d'une vidéo courte diffusée en digital, pour optimiser le temps disponible, le logo apparaît alors en haut à gauche, sans la baseline, et reste visible durant toute la vidéo. Son placement en haut à gauche permet de laisser la place à d'éventuels sous-titres dans la partie basse de la vidéo.

**Format 9/16 :** Pour le format vertical, le logo est centré en bas.



## 3.3 VIDÉO

### Vidéo BtoB – Outro

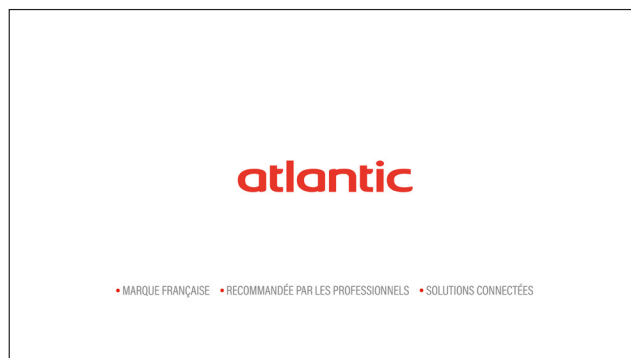
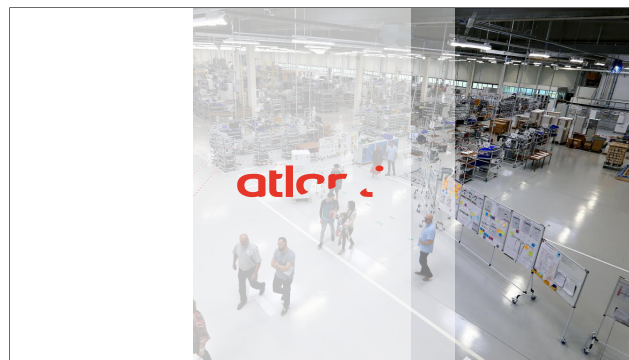
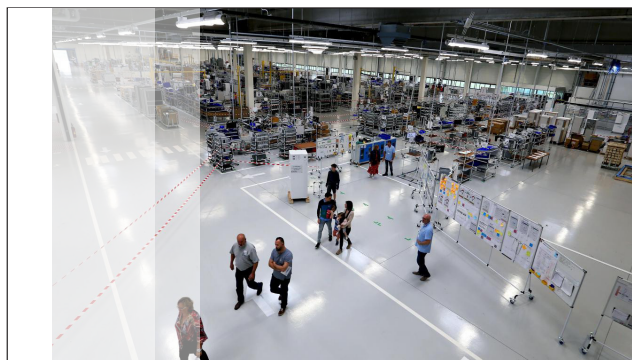
#### Fichier vidéo :

Outro\_16-9\_BtoB.mov ou mxf

Outro\_9-16\_BtoB.mov ou mxf

#### OUTRO POUR TOUS FORMATS TOUS CANAUX

Quel que soit leur durée et leur canal de diffusion, en BtoB, toutes les vidéos Atlantic sont signées de la même manière pour asseoir l'identité de marque.



#### Format 9/16





## 3.3 VIDÉO

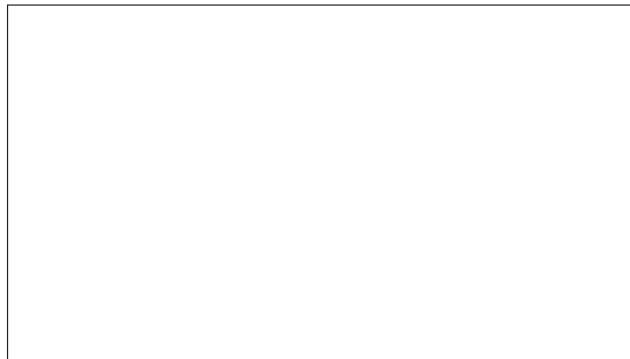
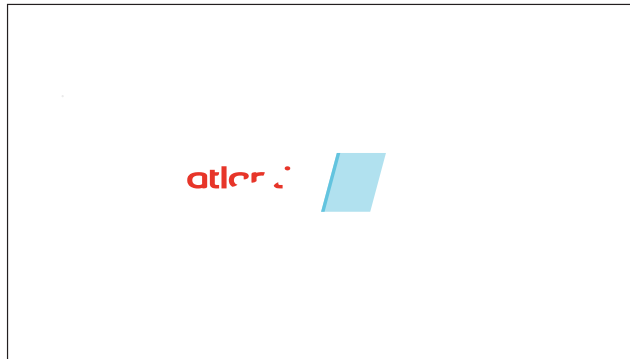
### Vidéo Atlantic Systèmes Intro

#### Fichier vidéo :

Intro\_30s\_Systèmes.mov ou .mxfl

#### INTRO POUR DIFFUSION DIGITALE POUR FORMAT AU DELÀ DE 30SECS

L'animation fait apparaître le logo Atlantic Systèmes puis 2 panneaux «s'ouvrent» sur la 1ère séquence du contenu vidéo.



## 3.3 VIDÉO

### Vidéo Atlantic Systèmes – Intro

INTRO POUR DIFFUSION DIGITALE POUR FORMAT COURT MOINS DE 30SECS

#### Fichier vidéo :

Intro\_courte\_Systèmes.mov ou .mxr

Intro\_9-16\_Systèmes.mov ou .mxr



**Format 16/9 :** Dans le cas d'une vidéo courte diffusée en digital, pour optimiser le temps disponible, **le logo apparaît alors en haut à gauche, Atlantic en blanc, cartouche Systèmes en bleu**, et reste visible durant toute la vidéo.

**Format 9/16 :** Pour la version verticale, le logo est centré en bas.

#### Format 9/16



## 3.3 VIDÉO

Vidéo Atlantic Systèmes – Outro

**OUTRO POUR TOUS FORMATS TOUS CANAUX**

**Fichier vidéo :**

Outro\_Systèmes.mov ou .mxf

Outro\_9-16\_Systèmes.mov ou mxf



Quel que soit leur durée et leur canal de diffusion, pour Systèmes, toutes les vidéos Atlantic sont signées de la même manière pour asseoir l'identité de marque.

**Format 9/16**



## 3.3 VIDÉO

### Sous-titres

La très grande majorité des vidéos sur internet est regardée sans son. Il est donc nécessaire de sous-titrer les vidéos diffusées sur les canaux digitaux pour optimiser leur compréhension.

**La Gilroy est la typographie à utiliser pour les sous-titres.**

Une typographie lisible, moderne à utiliser en **bas-de-casse uniquement**. La graisse à utiliser est la **Bold**.

#### Lisibilité

Pour des raisons de lisibilité, les sous-titres apparaissent sur des blocs noirs en opacité 75%.

# Gilroy

Gilroy bold  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

Gilroy bold  
20pt  
bas de casse  
blanc  
centré

Bloc noir  
opacité 75%





## 3.3 VIDÉO

### Recommandations de durée

Afin de s'adresser au mieux à nos cibles, Atlantic se doit de délivrer des contenus vidéos intéressants, des messages clairs, dans des durées qui permettent de capter et conserver l'attention de ceux qui visionnent ces contenus.

Voici les recommandations à suivre pour une majorité de cas.

#### Vidéo de lancement produit / service BtoB

Durée max :

45 secs

#### Vidéo de présentation produit BtoB

Durée max :

1 min

#### Vidéo de présentation Live / Report Event / Séminaire

Durée max :

1 min 30

Livestream durée max :

30 min

#### Vidéo Marque

Durée max :

1 min 30

#### Vidéo Promo

Durée max :

45 secs

# atlantic

L'aventure graphique commence ici.  
À vous de jouer, il n'y a plus qu'à laisser vos idées s'épanouir !