

Charte graphique transverse

atlantic

Limiter les impressions, privilégier le papier recyclé, utiliser des encres végétales, travailler avec des imprimeurs locaux et choisir des imprimeurs engagés dans une démarche de développement durable.



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 uniifié. 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 alignment 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.



atlantic

A photograph of a young family in a living room. A woman in a pink hoodie and jeans is laughing and dancing with a young girl in a brown sweater. A man in a white shirt is dancing behind them. They are all smiling and having fun. In the background, there is a white shelf with some decorative items like bottles and baskets.

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
Chaudes Sanitaires)

ACTA

(Climatisation et
Traitement d'Air)

APC

(Pompes à Chaleur
et Chaudières).

atlantic



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.



SOMMAIRE

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 »



atlantic

1.1 LES LOGOTYPES

Les 3 typologies

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

atlantic

atlantic

On est bien chez vous.

atlantic

systèmes

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.

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

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

1.1 LES LOGOTYPES

Cas d'usage en un coup d'œil



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



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 évènements

Digital

- Site Atlantic pour les Pros
- Supports digitaux

Vidéo

- Intro/Outro Atlantic



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 évènements

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.

atlantic

atlantic

On est bien chez vous.

- MARQUE FRANÇAISE
- RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS
- SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic 

- 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.

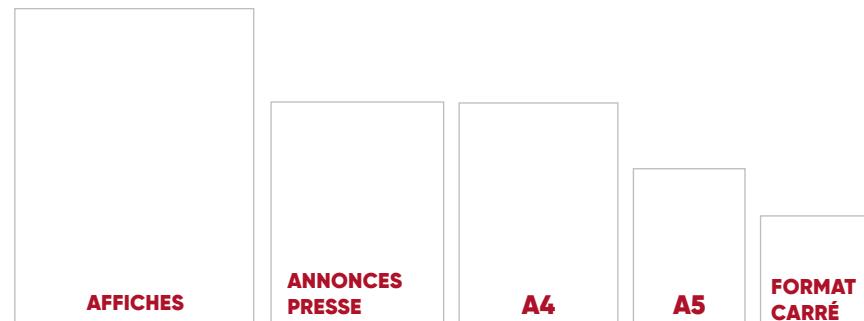
1.1 LES LOGOTYPES

Dimensions du logo et marges formats standards

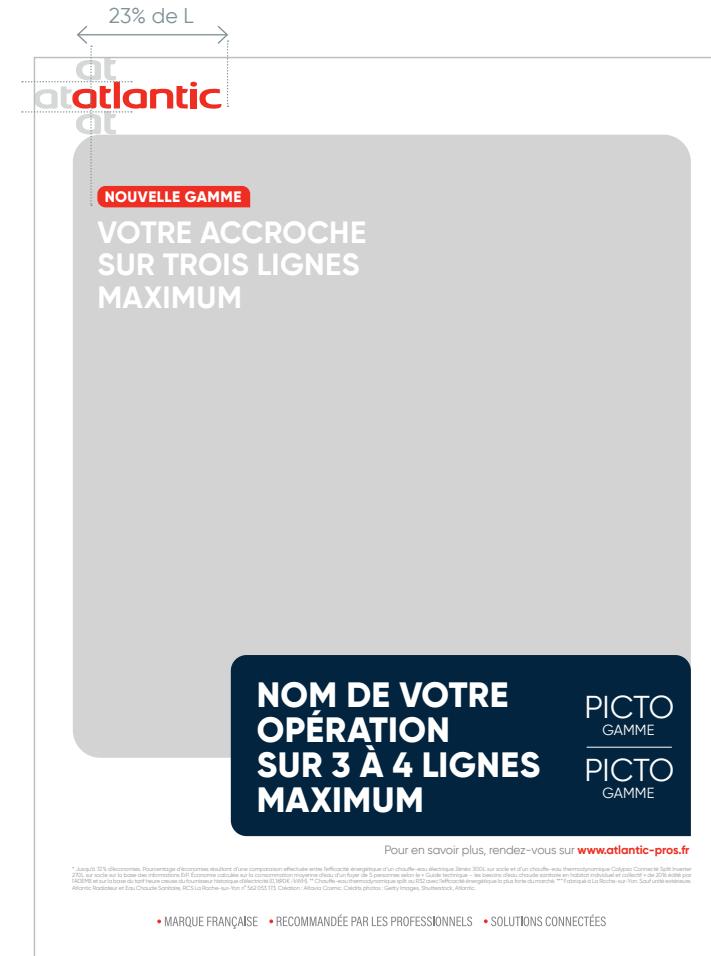
Afin d'assurer la cohérence et l'homogénéité des différents supports de communication, les dimensions du logotype dépendent du format de ces derniers.

Concernant les formats standards tels que A4, annonces presses et affiches par exemple ; la taille du logo Atlantic est déterminée par le calcul suivant : **23 % de la largeur du support**.

Les marges de tête de gauche et de droite sont déterminées par **la taille du «at» du logo**, à l'exception des couvertures de catalogues qui ont des marges spécifiques décrites dans ce document.



exemples de formats standards



NB : VOIR PAGE 15 POUR LES FORMATS ÉTROITS

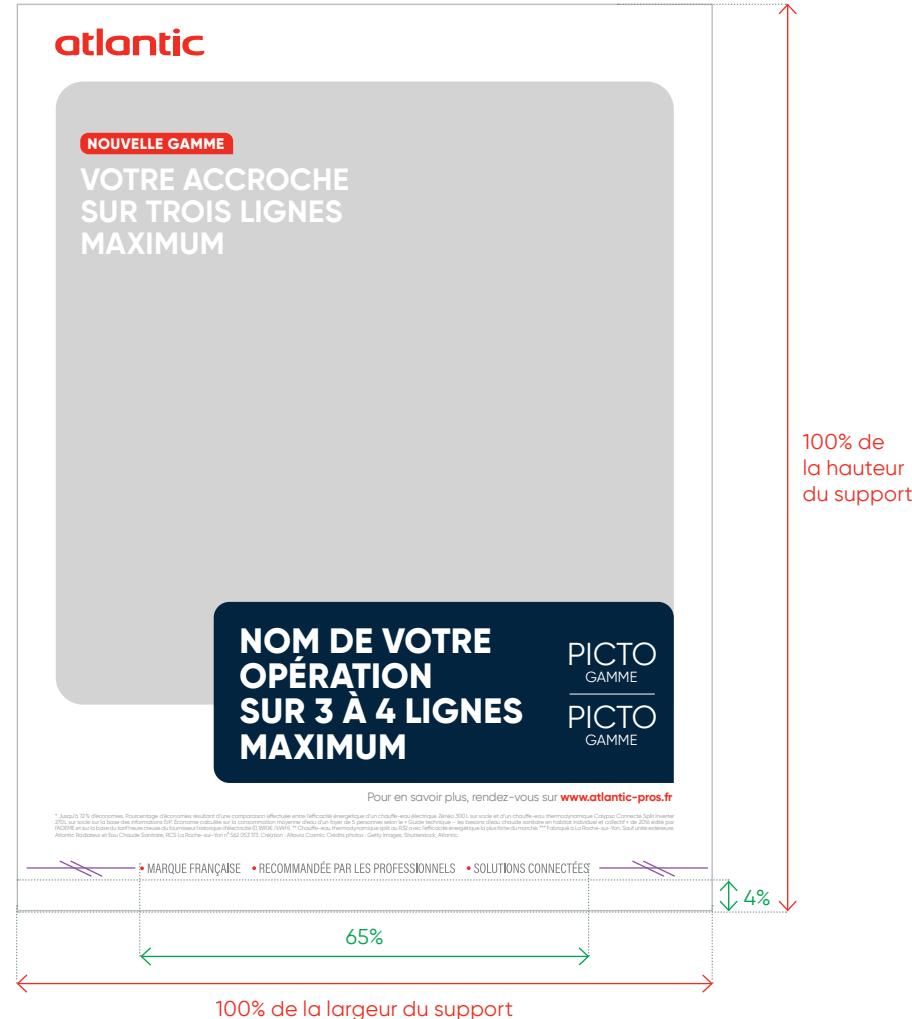
1.1 LES LOGOTYPES

Dimensions de la frise RTB et positionnement

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

Frise Atlantic : se place en bas de votre document et doit faire une largeur totale équivalente à **65% de la largeur du support** et doit avoir des marges égales de chaque coté.

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

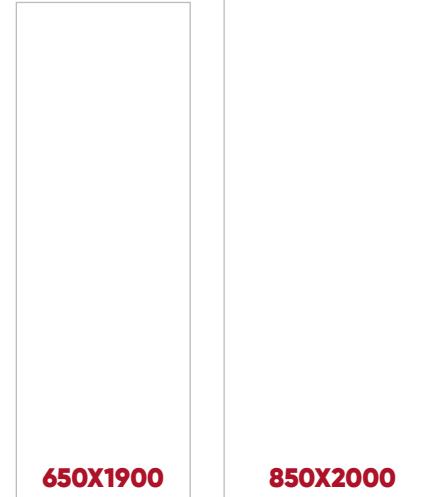


1.1 LES LOGOTYPES

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 coté.



exemples de formats verticaux



La marge doit s'appliquer selon le schéma suivant.



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



atlantic

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 évènements

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 ».

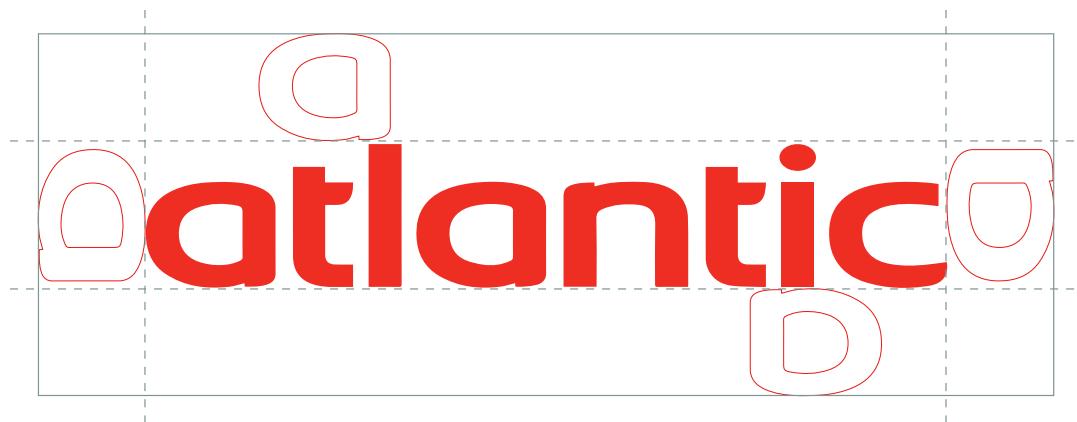
Cette zone doit impérativement être respectée pour maximiser la lisibilité du logotype et garantir l'identité de la marque.

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

↔
30 mm
354 pixels

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



← 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 :



← →
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



1.3 LE LOGOTYPE ATLANTIC

« On est bien chez vous »

Cas d'usage Home

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 Nom de la marque

2 Base-line

1

atlantic

On est bien chez vous.

2

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	



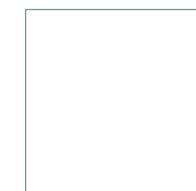
Pantone® 179-9 C

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

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 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

TYPGRAPHIE 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.

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



← 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 :



← →
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.

- 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.**

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



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.



1.4

LE LOGOTYPE ATLANTIC SYSTÈMES

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

atlantic

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 évènements

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



1

2

1.4 LE LOGOTYPE ATLANTIC SYSTÈMES

Couleurs, zone de protection et taille minimale

COULEURS



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



120 pixels



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.**

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



atlantic

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



2

- 1 Nom de la marque
- 2 Encart PRO



1.5 LE LOGOTYPE ATLANTIC SERVICES

Couleurs, zone de protection et taille minimale



Rouge Pantone® 485 C
C 0
M 95
J 100
N 0



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

COULEURS



Blanc
C 0
M 0
J 0
N 0

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 les couleurs ou sous couleurs des pôles



Ne pas changer la typographie de la marque



Ne pas appliquer d'ombres ou d'effets



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



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



Ne pas créer de bloc autour du logotype



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



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

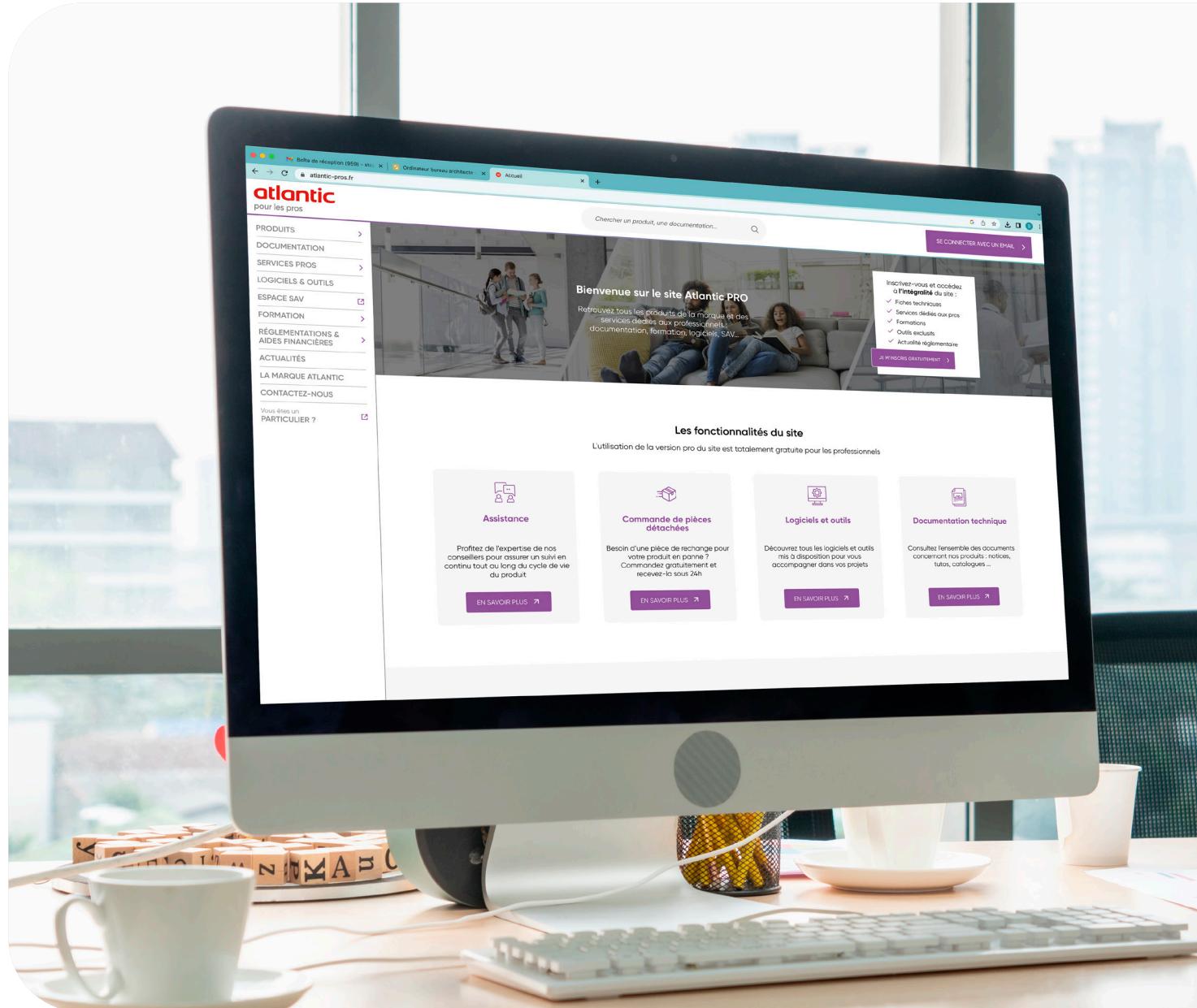
COULEURS : Pour s'adapter au mode de reproduction visé, il existe plusieurs configurations de couleurs. Le RVB doit toujours être utilisé pour les écrans (et uniquement pour les écrans). Pour l'impression (print) en quadrichromie, choisir le CMJN. Pour les impressions (print) en tons directs, utiliser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

ZONE DE PROTECTION ET TAILLE MINIMALE



*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 interdits

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.

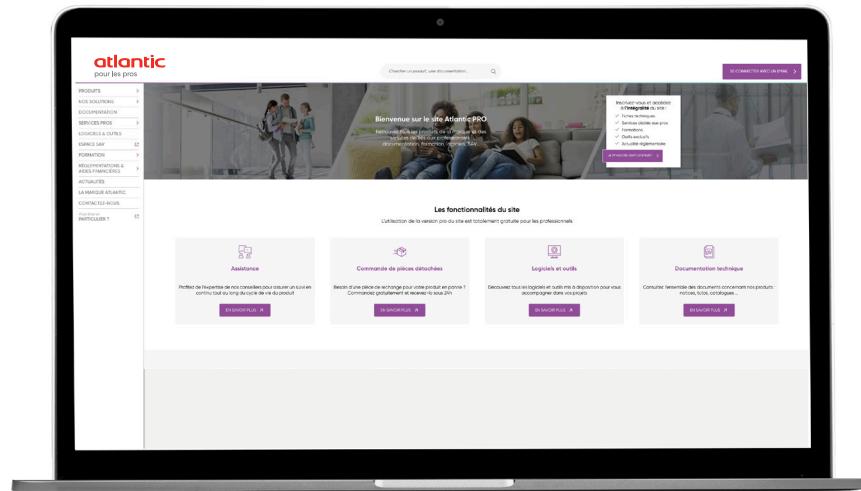
1 Nom de la marque

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



Rouge Pantone® 485 C
RAL 302
HEX #EE3124



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



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

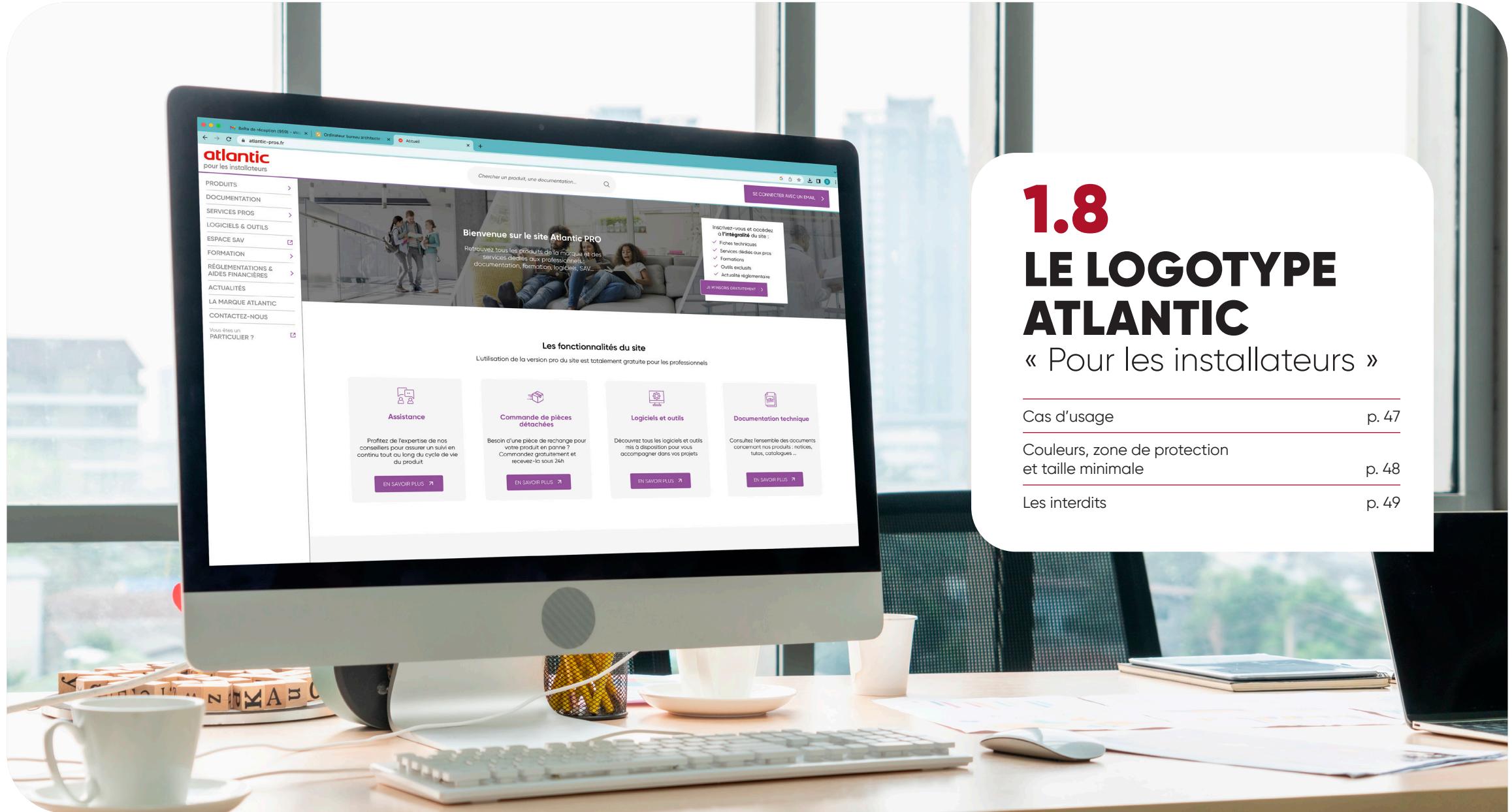
~~atlantic~~
pour les pros

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 »

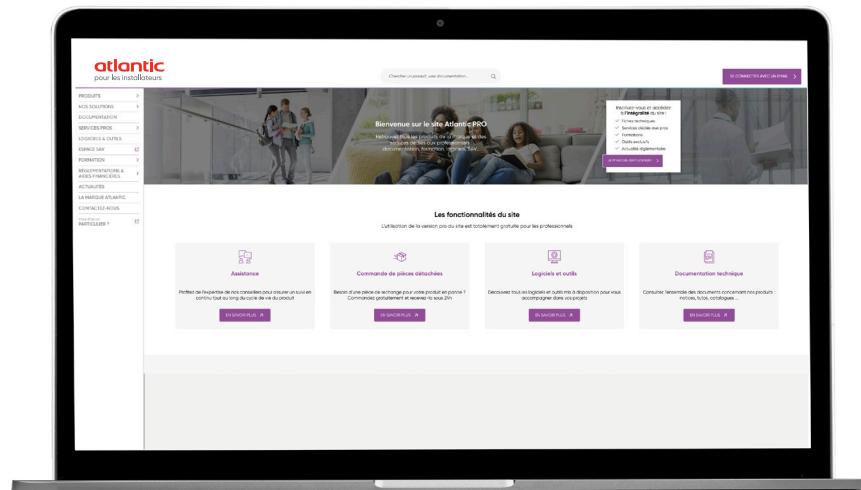
Cas d'usage

1 Nom de la marque

2 Base-line

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
atlantic
pour les installateurs

2

1.8 LE LOGOTYPE ATLANTIC « Pour les installateurs »

Couleurs, zone de protection et taille minimale

COULEURS



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



55 pixels



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



Ne pas changer la typographie de la marque



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



Ne pas appliquer d'ombres ou d'effets



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



Ne pas créer de bloc autour du logotype



2. L'UNIVERS GRAPHIQUE

- 2.1 LA GAMME CHROMATIQUE**
- 2.2 LES PICTOGRAMMES**
- 2.3 LA TYPOGRAPHIE**



atlantic

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.**

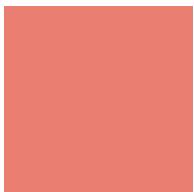
La couleurs de base : le rouge du logotype Atlantic peut être utilisé sur des petits paragraphes et sur des petits aplats.

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.



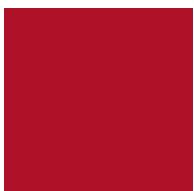
COULEUR LOGO

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



COULEUR TRANSVERSE BtoC

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



COULEUR TRANSVERSE BtoB

C.7 **R.160**
M.100 **V.38**
J.82 **B.41**
N.26 #A02629



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



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



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

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

2.1 GAMME CHROMATIQUE

Couleurs transverses exemples

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

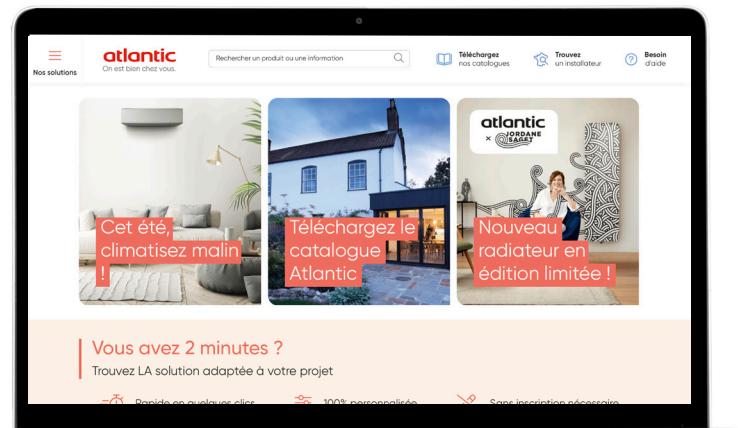
COULEUR TRANSVERSE BtoC

C.5 R.217

M.62 V.130

J.50 B.117

N 0 #d98275



Site internet Atlantic.fr



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



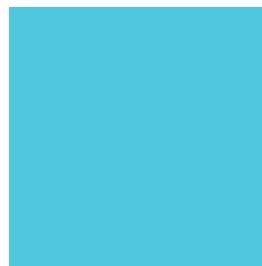
PÔLE APC



PÔLE ACTA



PÔLE SYSTÈMES



PÔLE PRESCRIPTION RÉSIDENTIELLE



C.0 **R.233**

M.80 **V.79**

J.80 **B.53**

N.0 #e94f35

C.0 **R.242**

M.55 **V.138**

J.80 **B.61**

N.0 #f28a3d

C.20 **R.178**

M.85 **V.36**

J.35 **B.81**

N.15 #b22451

C.59 **R.94**

M.0 **V.204**

J.11 **B.217**

N.0 #5ECCD9

C.7 **R.160**

M.100 **V.38**

J.82 **B.41**

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	C.0	R.243
M.55	V.137	M.50	V.151
J.55	B.106	J.65	B.95
N.5	#e8886a	N.0	#f3965e

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	C.51	R.123
M.5	V.211	M.16	V.168
J.0	B.243	J.8	B.197
N.0	#a2d2f3	N.13	#7ba7c4

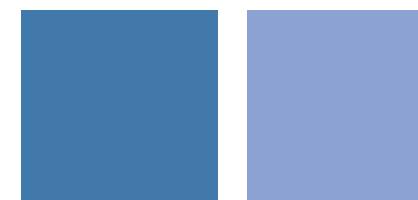
Des couleurs vertes sont utilisées pour les produits éco-responsables et thermodynamiques tel que les **pompes à chaleur thermodynamiques**.



C.48	R.150	C.55	R.131
M.0	V.201	M.0	V.191
J.58	B.137	J.53	B.104
N.0	#95c888	N.0	#83bf68



C.21	R.188	C.0	R.241
M.62	V.109	M.30	V.182
J.69	B.77	J.75	B.78
N.11	#bc6c4c	N.5	#f1b64e



C.77	R.66	C.45	R.153
M.46	V.121	M.30	V.170
J.14	B.171	J.0	B.215
N.2	#4279ab	N.0	#99a9d7



C.40	R.166	C.61	R.97
M.0	V.214	M.0	V.173
J.24	B.206	J.52	B.137
N.0	#a5d6cd	N.12	#61ad89

2.1 GAMME CHROMATIQUE

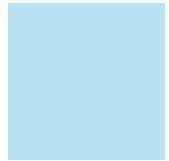
Couleurs Services

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 défoncé.

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 convient 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 convient pour illustrer votre propos, merci de contacter le département COM.



Fabrication
française

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.

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.

Documents techniques / tableaux

DIN Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Packagings / Notices

DIN Pro condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

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.

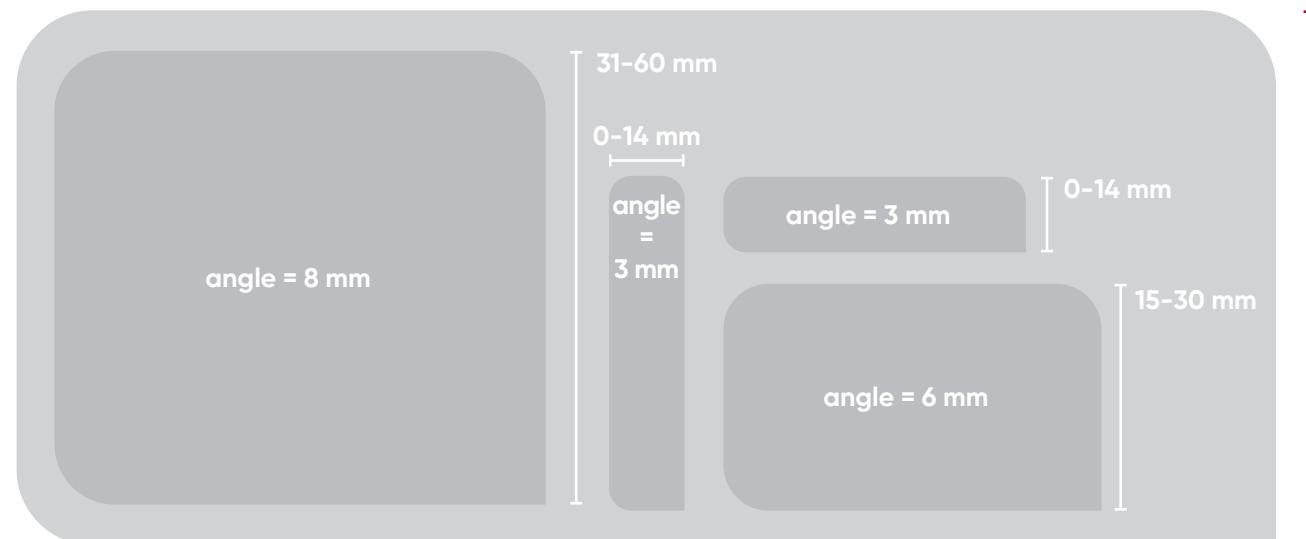
Cet élément s'inspire de la forme du A du logotype d'Altantic.

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 aplati, 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.

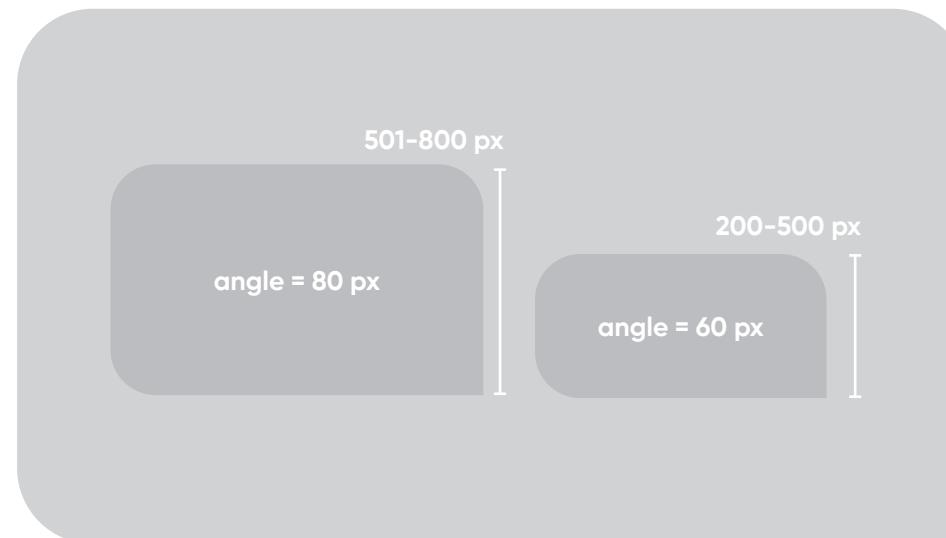
2.4 LA BULLE

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 :



801-1080 px
angle = 100 px

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.

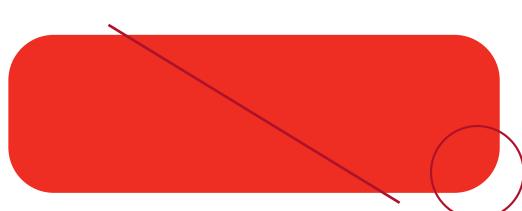


2.4 LA BULLE

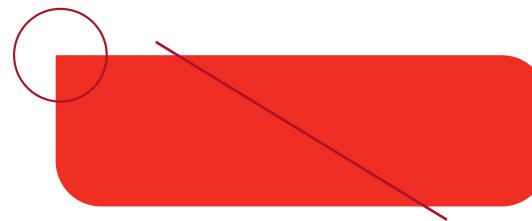
Les interdits

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

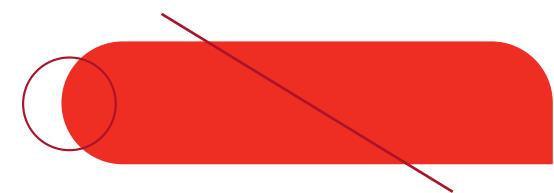
La bulle doit toujours avoir un angle droit



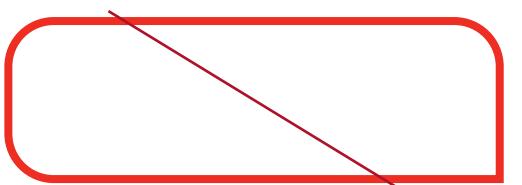
L'angle droit doit toujours être placé en bas à droite



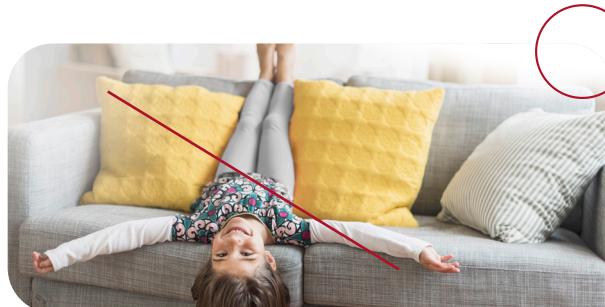
Les côtés de la bulle doivent être plats



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



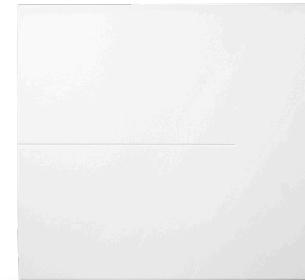
atlantic

3.1 SUPPORTS PRINT

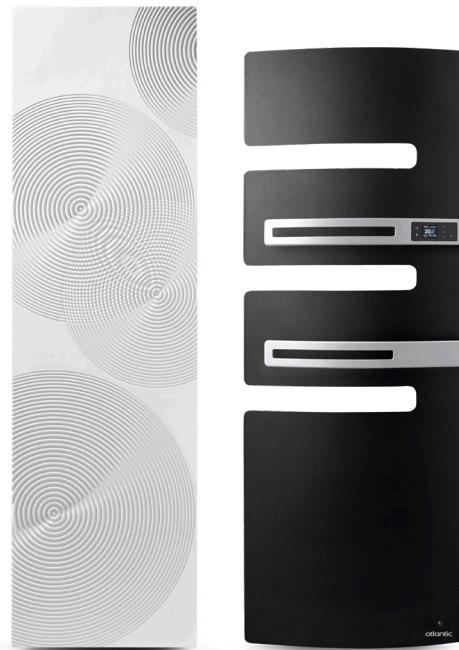
L'iconographie
Produits

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



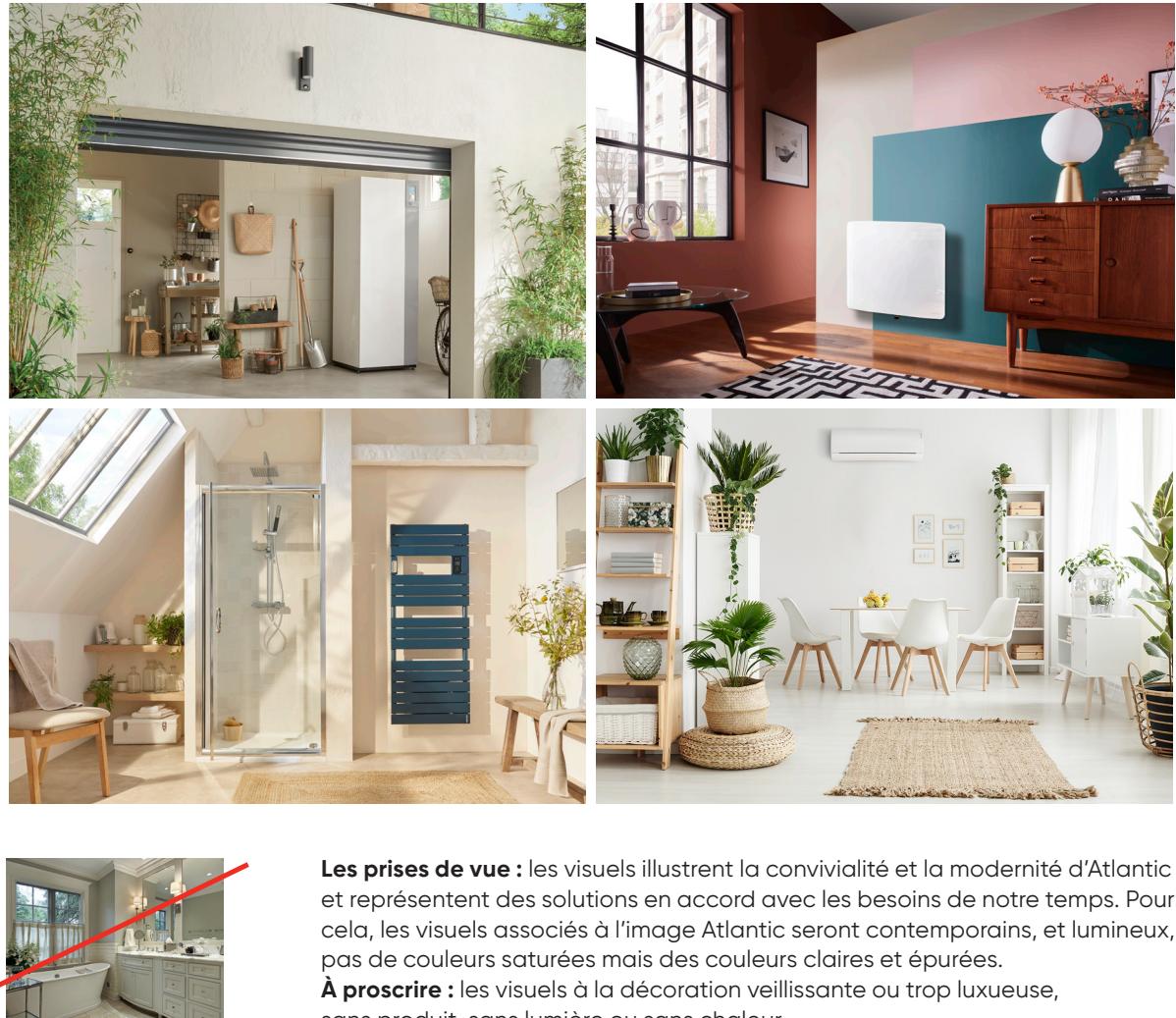
3.1 SUPPORTS PRINT

L'iconographie - BtoB

GRANDS PRINCIPES :

Sur les supports à destination des professionnels, sont à privilier 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 veillissante ou trop luxueuse, sans produit, sans lumière ou sans chaleur.

3.1 SUPPORTS PRINT

L'iconographie - BtoB

GRANDS PRINCIPES :

En complément des 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 priviliege 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

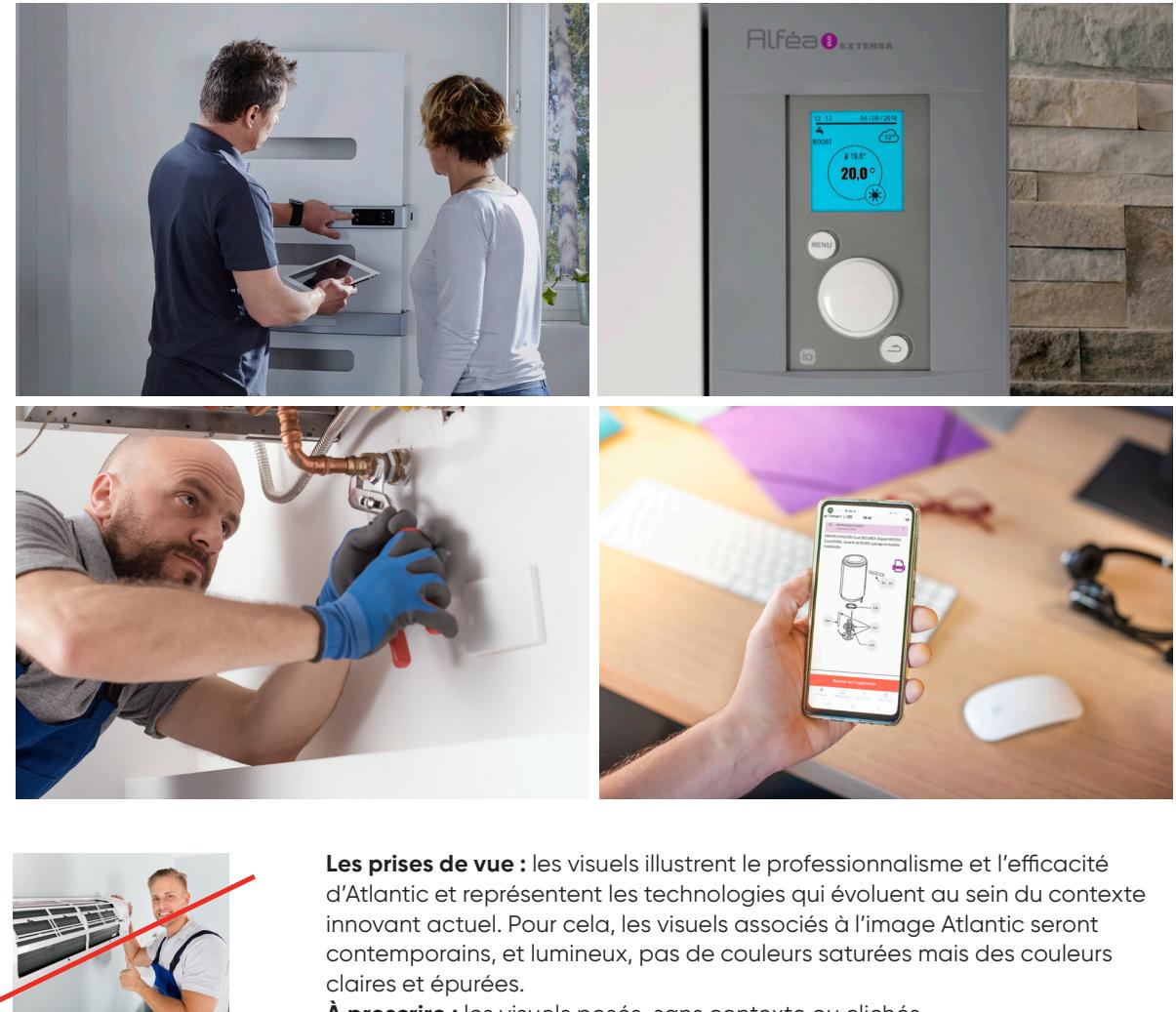
GRANDS PRINCIPES :

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 Altantic 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 numériques 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.

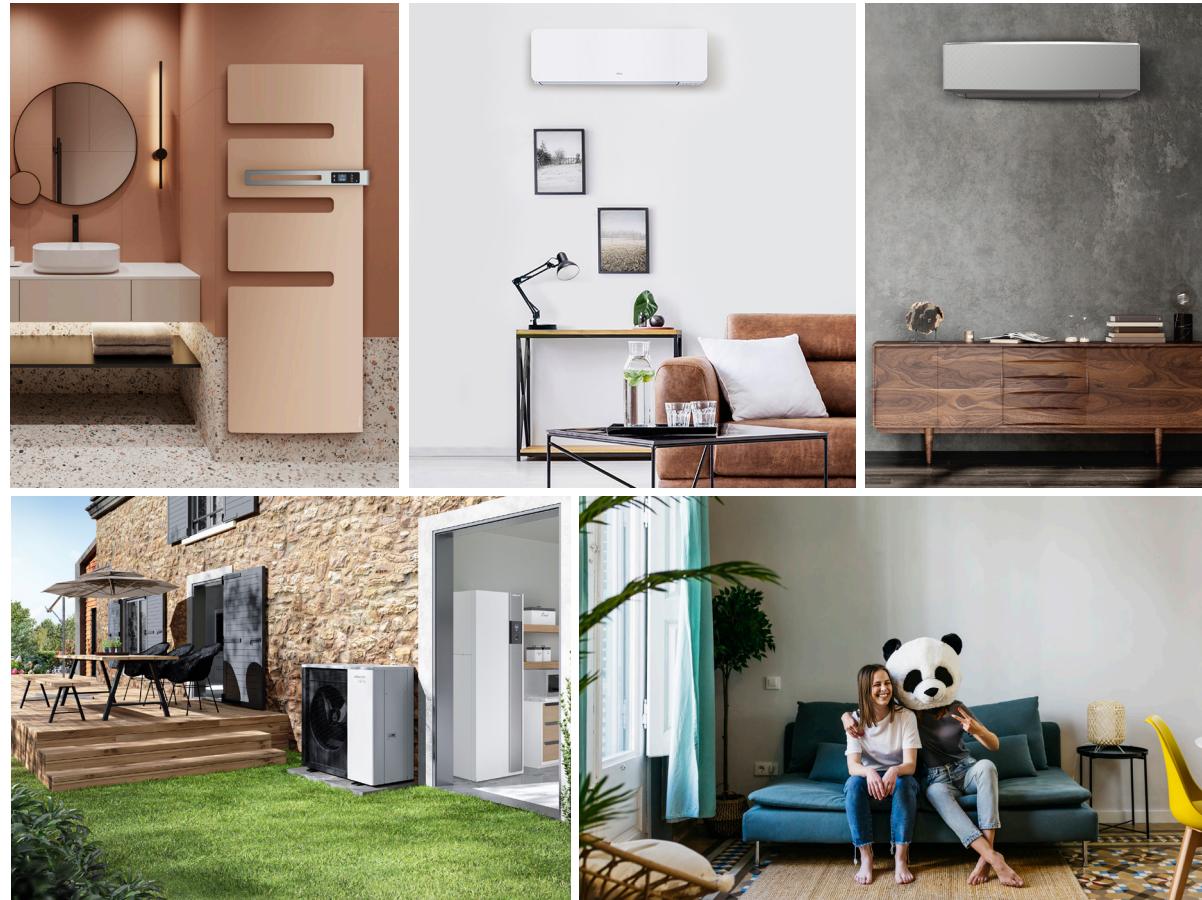
À proscrire : les visuels posés, sans contexte ou clichés.

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

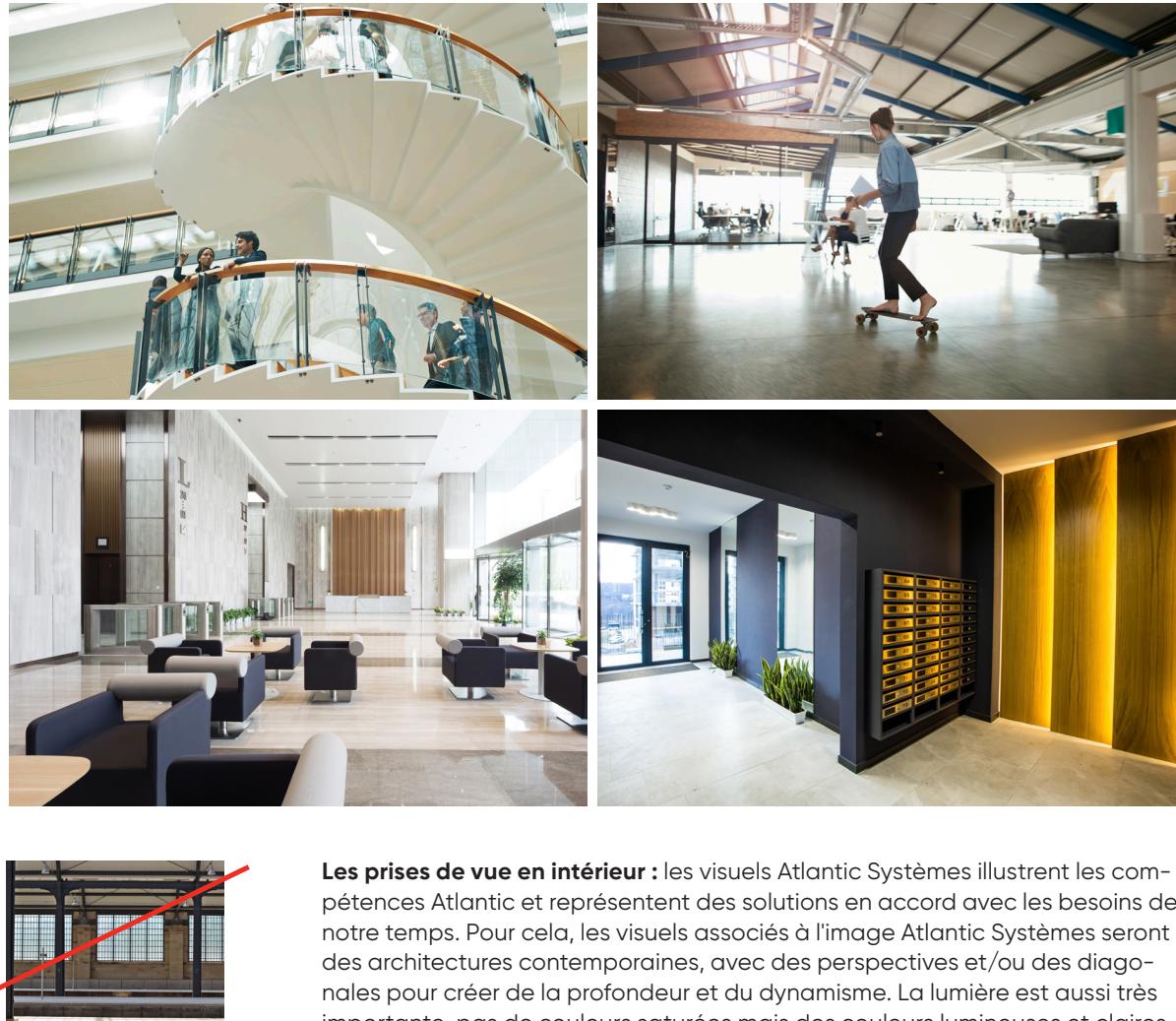
L'iconographie - Atlantic Systèmes :
prises de vues en intérieur

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 :

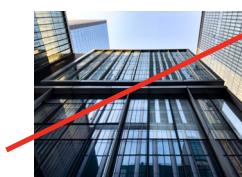
Le choix des visuels doit être porté en priorité sur des prises de vues d'architecture contemporaines en intérieur ou en extérieur. Elles seront marquées par des perspectives fortes et/ou des diagonales. Les visuels peuvent être accompagnés de personnages en mouvements. Les sujets ne doivent pas être 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 au 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.

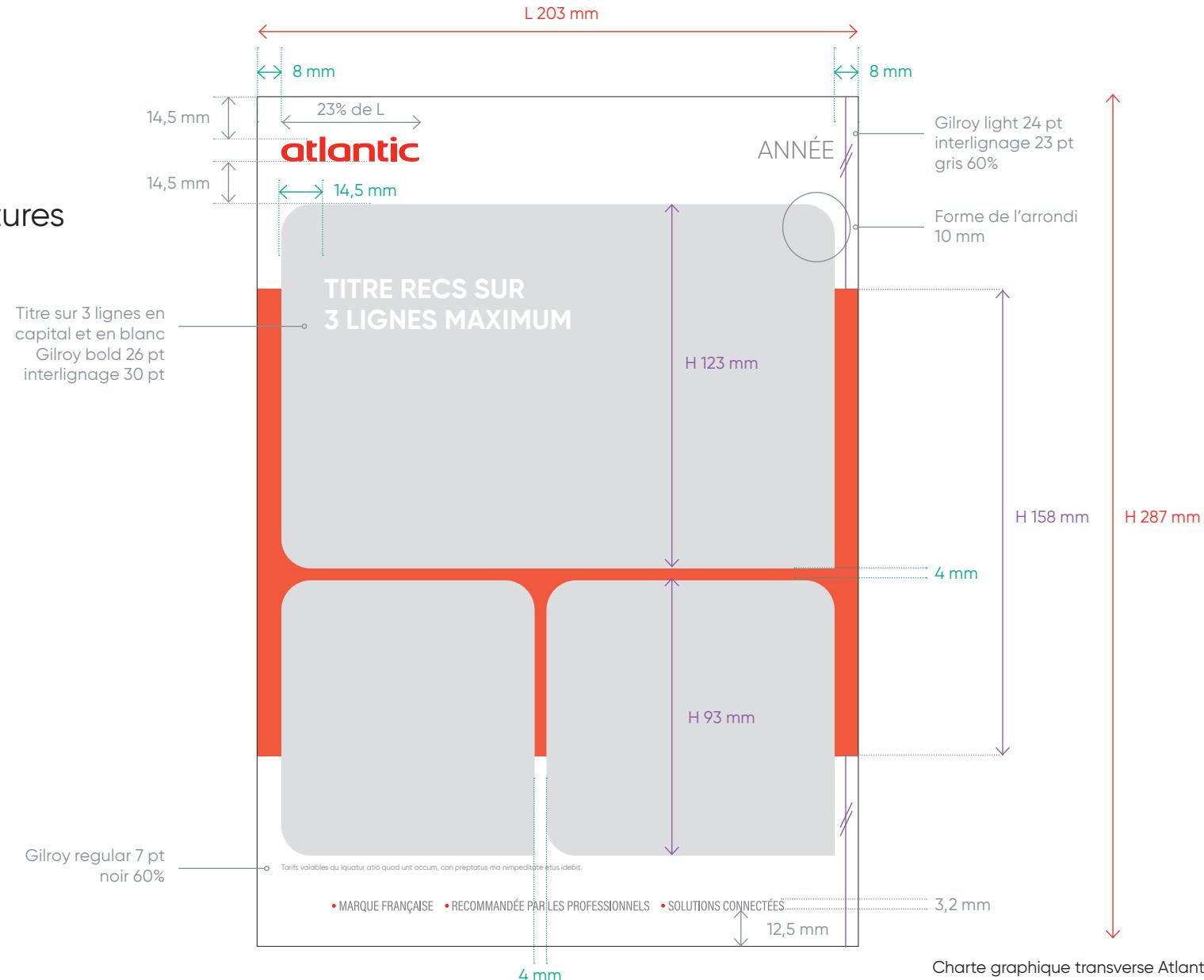
Le titre se positionne sur le visuel principal et de ne doit être supérieur à 3 lignes. Il est systématiquement en capital.

Visuel principal



3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues - les couvertures de catalogues BtoB

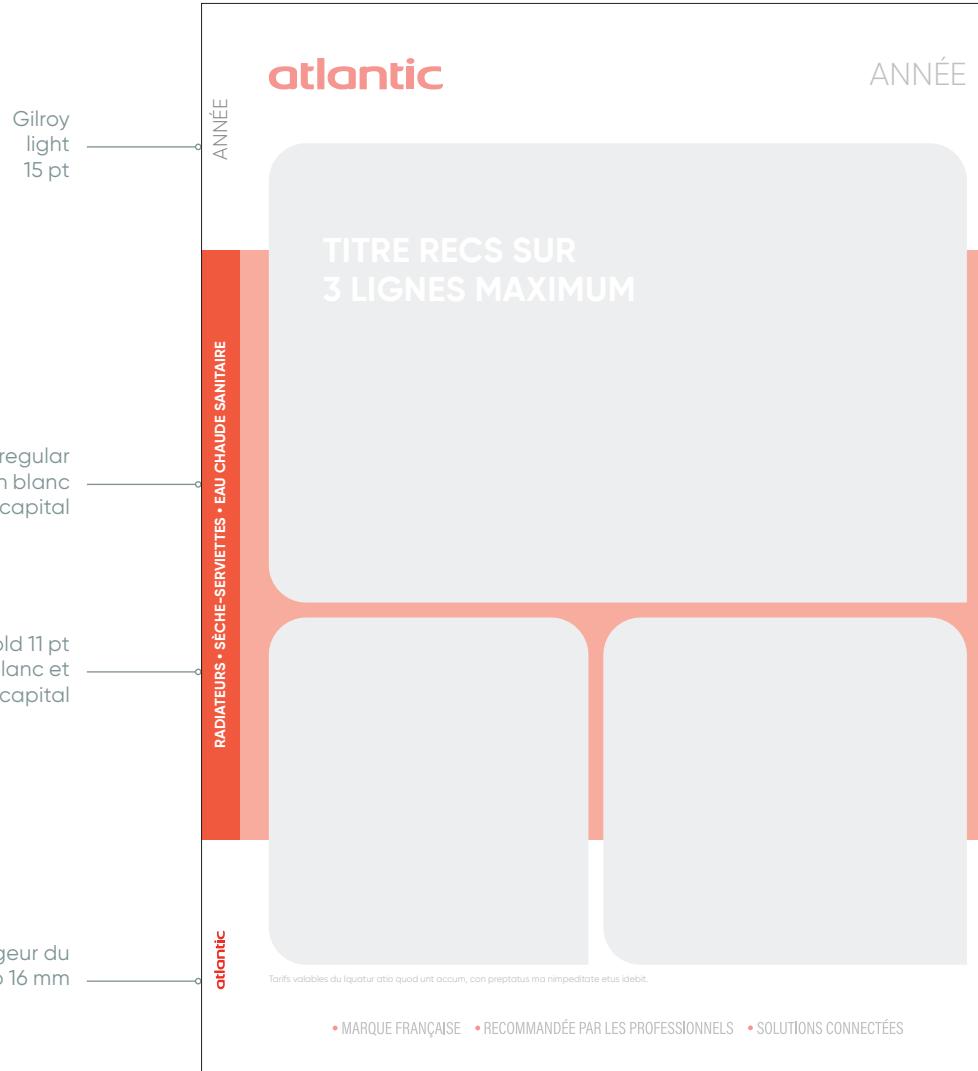


3.1 SUPPORTS PRINT

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

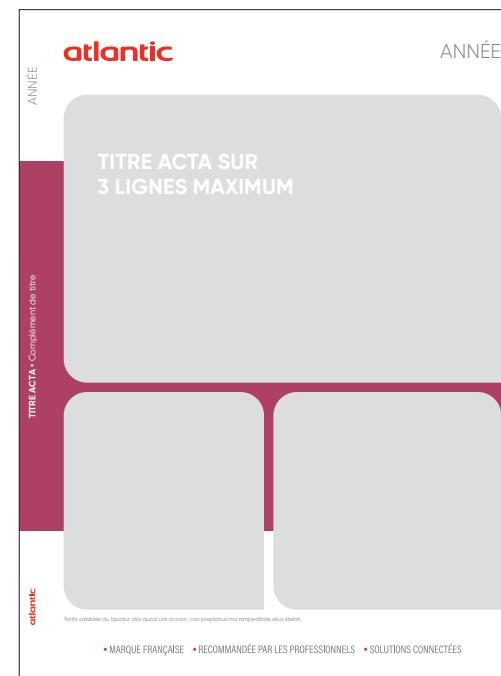
GABARIT RECS



GABARIT APC



GABARIT ACTA



3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues - couverture de catalogue BtoC

Exemple d'une 1^{re} 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.

atlantic

On est bien chez vous.



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.

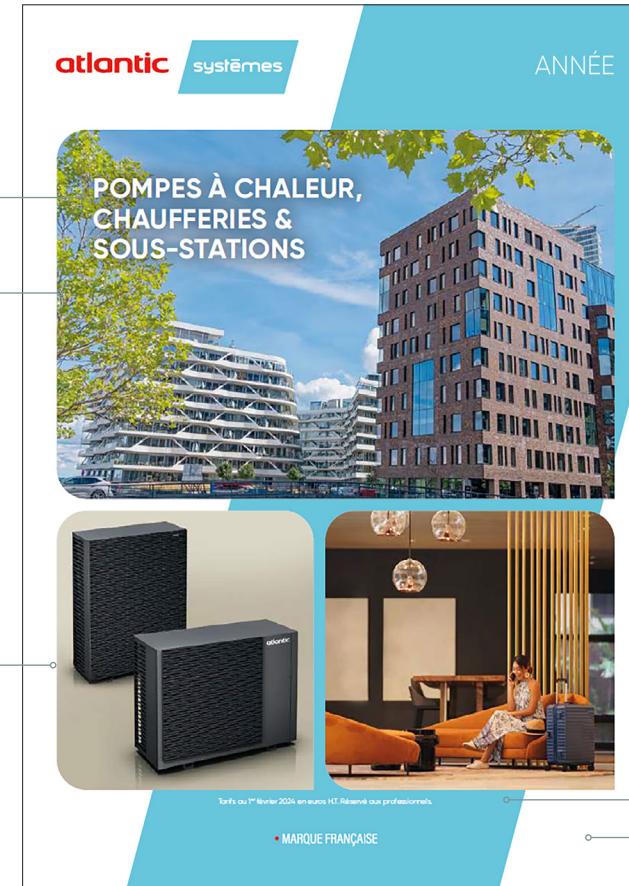
Éléments charte

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

Le titre se positionne sur le visuel principal et de 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

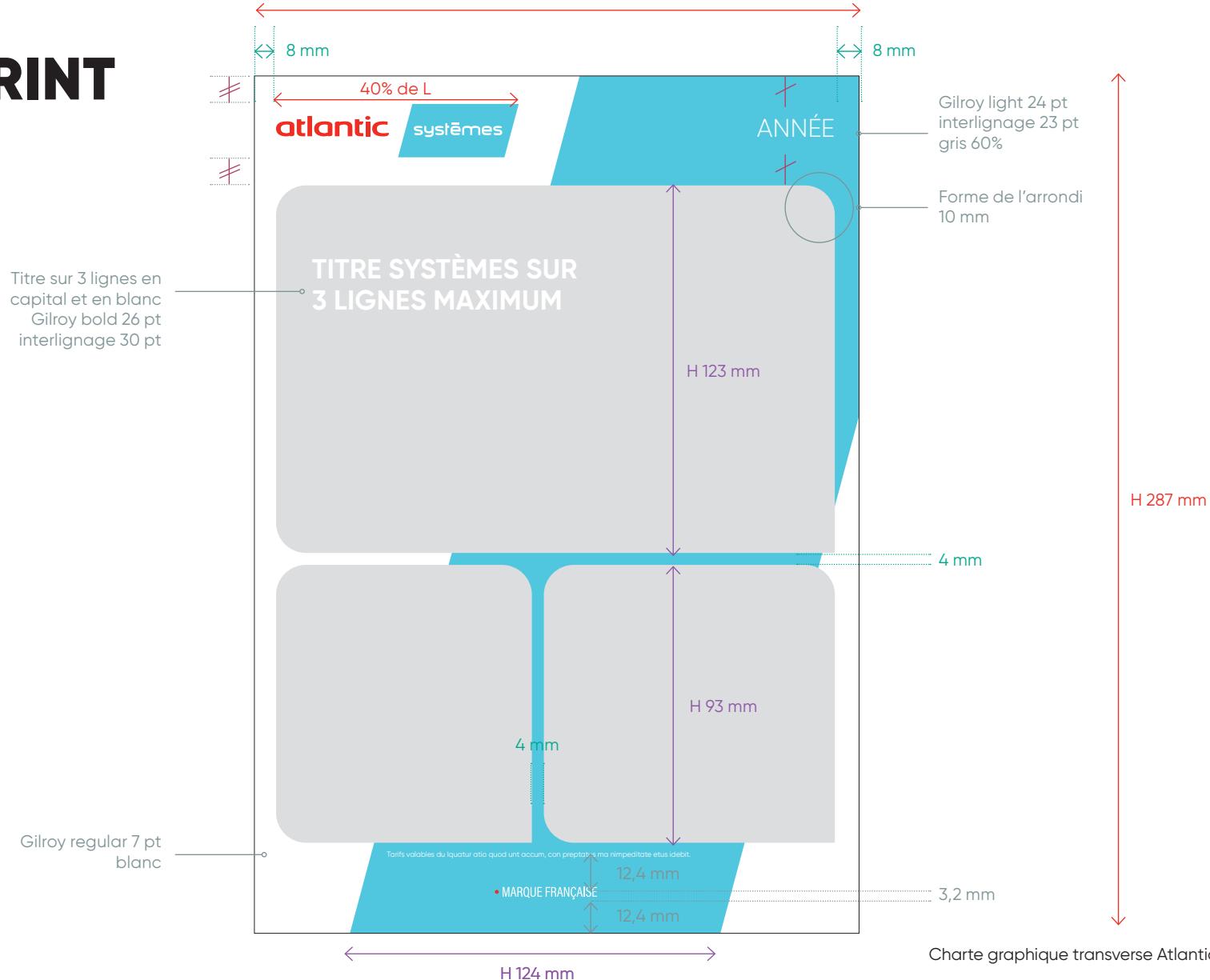
Frise RTB « Marque française »

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.

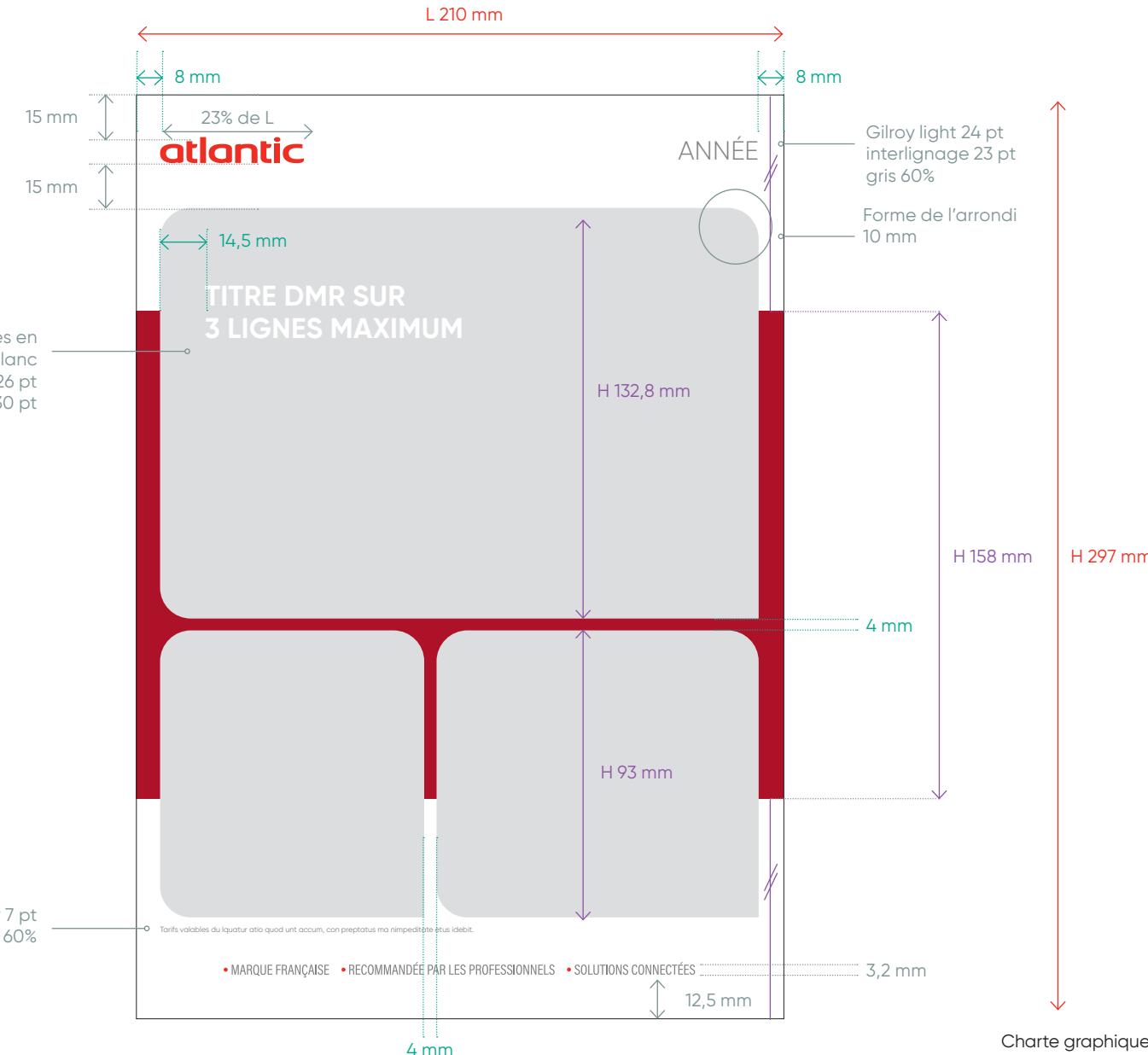
Frise RTB

3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues -
couverture de catalogue
DMR

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

Gilroy regular 7 pt
noir 60%



3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues -
couverture de catalogue
DMR

LE DOS CARRÉ :

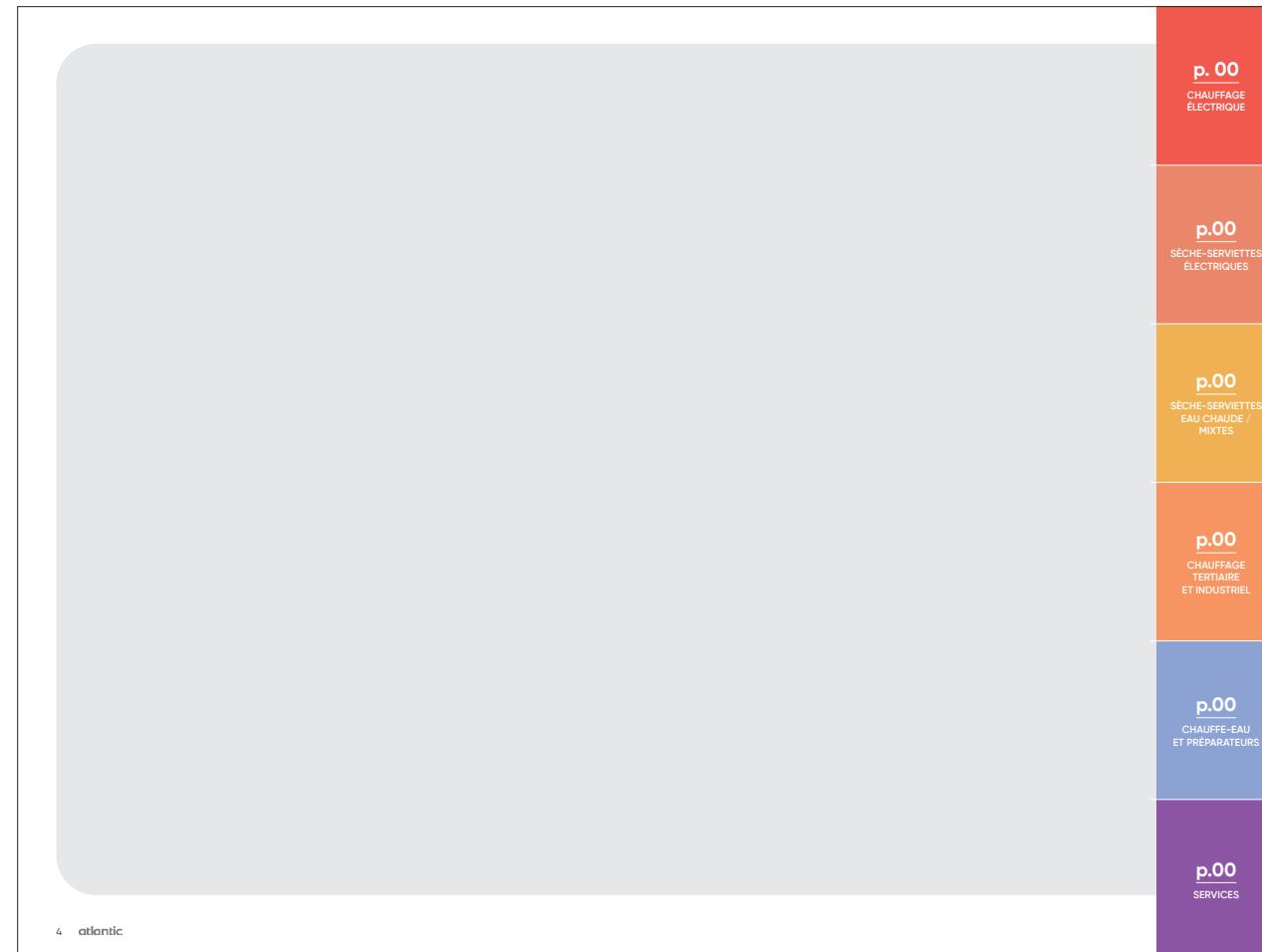
Le dos carré
reprend la couleur
du secteur



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 RECS avec un visuel d'ambiance

Les éléments intérieurs du catalogue se disposent verticalement, excepté les tableaux et certains visuels, en utilisant la couleur adaptée à la typologie du produit. Les doubles pages se composent :

Première page :

- Le nom du produit en bas de casse, en grand caractères et en bold, accompagné de sa RTB
- Un ou plusieurs visuels d'ambiance
- Les plus produits à destination des professionnels
- L'encart Atlantic Pro Services

Deuxième page :

- Les pictogrammes associés au produit et dans sa couleur
- Les arguments à partager avec les clients
- Un packshot produit avec des ombres

Divali

PRIX EN BAISSE
Le radiateur design,
connecté et intelligent

COLLECTION | STYLE

de connectivité
Grâce à l'application Atlantic Cozytouch[®] :
• Pilotage du radiateur à distance.
• Suivi et maîtrise de la consommation d'énergie
Le bridge Cozytouch est l'accessoire indispensable pour bénéficier de tous les avantages de la connectivité[®]
Protocole embarqué :
• IO Homecontrol v2.0
• Compatible avec Google Assistant

de confort
• Chaleur douce qui reste longtemps perceptible grâce à son corps de chauffe en fonte
• Fonctions lumineuses innovantes : mode Tamisé, mode Détection et mode Veilleuse. Pilotes depuis l'appareil ou grâce à l'application Atlantic Cozytouch[®]
• Radiateur commandable et programmable à distance grâce à l'application Atlantic Cozytouch[®]
• Possibilité de jumeler les appareils entre eux pour piloter une pièce en un geste

de design
• Rétro-éclairage
• Produit fin et esthétique avec sa structure bicolore :
• 2 couleurs :
• Blanc Carré RAL 9016 / Gris Étoile RAL 2100
• 3 formats :

de économies
Grâce aux fonctions intelligentes[®] de l'appareil :
• Connectivité[®]
• Pilotage Intelligent
• Détection d'occupation
• Détection automatique d'ouverture et fermeture de fenêtre
• Programmation personnalisable

À partager avec vos clients

atlantic PRO Services

UN SERVICE DE PRO AU SERVICE DES PROS
Voir p. 10 à 25

50 atlantic

51 atlantic

3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues - pages produits BtoB APC avec un visuel d'ambiance

Les éléments intérieurs du catalogue se disposent sur une grille de 2 colonnes, en utilisant la couleur adaptée à la typologie de produit.

Les doubles pages se composent :

Première page ;

- Le nom du produit est toujours écrit en bas de casse, en grand caractères et en graisse light.
- d'un visuel ambiance focus produit,
- des «plus produits» accompagnés de pictogrammes dans les bulles à la couleur de la typologie de produit,
- d'un bloc services dans un encadré et le logo associé,

Deuxième page ;

- d'un tableau et des schémas techniques du produit.

RENO

Gamme Alfea Hybrid Gaz NOUVEAU Référence RT1

Performance et économie fusionnées

* Unité intérieure uniquement.

+ de facilité d'installation et d'entretien

- Facile à recoller grâce à l'échangeur coaxial avec volume tampon et une offre complète d'accessoires
- Facile à entretenir avec un accès direct à la conception hydraulique

+ de confort

Rafraîchissement possible avec les modèles R6, R8 et R11

+ d'accompagnement et de services

- Outil d'aide au dimensionnement
- Garantie Express en 24h et centres de formation

Règles de dimensionnement dans les bâtiments existants⁽³⁾

Les déperditions thermiques de base sont calculées selon la norme NF EN 12831-1 et son complément national NF PS2-412/CN.
La puissance de la PAC seule à la température d'air extérieur de 0°C pour une température de départ d'eau de 50°C doit représenter 40 % à 60 % des déperditions thermiques du bâtiment à la température extérieure de base du projet.
La PAC doit être capable de fournir une température de départ d'eau supérieure ou égale à 55 °C à la température extérieure de 0°C.

138 atlantic

TARIFS			
DESIGNATION	RÉFÉRENCE	PRIX EN € HT	DÉP. PMCB
Alfea Hybrid Duo Gaz R6	522 597	10 487	-
Alfea Hybrid Duo Gaz R8	522 598	10 870	-
Alfea Hybrid Duo Gaz RT1	521 599	13 424	-
Alfea Hybrid Duo Gaz 14*	522 525	14 589	-
Alfea Hybrid Duo Gaz R11	522 573	14 589	-
Alfea Hybrid Duo Gaz TRI 14	522 436	14 589	-
Alfea Hybrid Duo Gaz TRI 16	522 475	15 410	-
CHOIX OBLIGATOIRE D'UN COULIS DE RACCORDEMENT FUMÉES* (à ajouter au prix de l'Alfea Hybrid Duo Gaz)			
ventouse horizontale (coudé + terminal noir)	073 224	205	214
ou ventouse verticale (terminal noir)	074 031	254	214
ou ventouse verticale (terminal orlé)	074 032	254	214
ou configuration EZD : - Soft en perpendiculaire avec le conduit télescopique ventouse	073 434	117	214
ou soft en perpendiculaire avec le coude 90° 80/125	073 229	458	214
et Kit Cheminex 2 en 1 noir	073 436	112	214
Kit 2 zones ou plancher chauffant	074 229	458	214
Mise en service (tarif conseillé pour une intervention dans un rayon de 30 km)	074 012	1278	-
*Voir préconisations de fumisterie en pages 164 à 171.			

CARACTÉRISTIQUES DIMENSIONNELLES (en mm)

Module intérieur
Alfea Hybrid Duo Gaz R /
Alfea Hybrid Duo Gaz R

Groupé extérieur
Alfea Hybrid Duo Gaz
Monophasé RT1 et 14 kW

Vue de face

Vue de côté

Vue de dos

Vue de face

Vue de côté

Groupé extérieur
Alfea Hybrid Duo Gaz
Monophasé R6, R8

Vue de face

Vue de côté

atlantic PRO Service

UN SERVICE DE PAC ET DE SERVICE DES PROS
Voir p. 14 à 33
Parcours de formalisation recommandé :
PAC 1-Définition et étude CHT - DF
Voir p. 26 à 29

atlantic 139

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 abréviations doivent être écrites en capitales (exemple : VMC, en grand caractères et en graisse light).
- d'un visuel packshot 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.

Primocosy 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
 - caisson 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



Description - application

- Adapté à la rénovation.
- Centrale double flux pour missions individuelles du T2 au T7 avec 4 sanitaires maximum.
- Echangeur haut rendement 90% à contre courant.
- Motorisé par défaut.
- Débit d'extinction réglable 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.
- Caisson isolé en PP/E et couvercle en tôle avec mousse isolante.
- Rendement thermique de la centrale en combi à 97% 86%.

Primocosy HR BP

Verso avec télécommande radio sans fil pour le grand débit caisse et la commande du by-pass.

• Timer 12 h sur le by-pass.

Caractéristiques

Alimentation : Mono 230 V – 50 Hz

LIBELLÉ	Consommation NOMINALE TH-CI	Efficacité contre courant (%)	Nombre de piquages (mm)	Poids (kg)	Filtration (ISO 16890)	Commande by-pass	Classe énergétique
PRIMOCOSY HR BP		48	90	4 x 125 4 x 80	15	G4 (Grossier 30%)	B
PRIMOCOSY HR BP SRI						Interrupteur Radio	B

Tarifs

LIBELLÉ	Description	RÉF.	PRIX € HT	Éco-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



Contenu du carton

	Primocosy HR BP	Primocosy HR BP SRI
Centrale double flux		1
Commande PV/GV On/Off by-pass	1 double interrupteur	1 télécommande radio
Piquages Twist & Go	4 piquages sanitaires Ø 80 régulé 15 ou 20 mm/h - 1 piquage cuisine Ø 125 régulé	3 piquages Ø 125 rejet, prise d'air neuf et insufflation
Collier de serrage	8	8
Indicateur de remplacement des filtres	1	1
Jeux de filtres 64 (grossier 30 %)	1	1

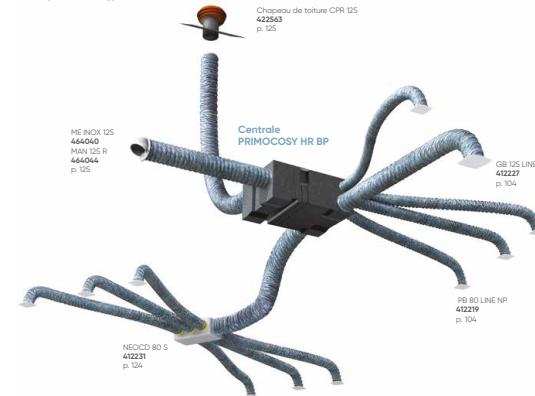
Accessoires complémentaires

LIBELLÉ	Description	RÉF.	PRIX € HT	PMCB
KIT ACC PRIMO	Kit accessoires pour Primocosy HR BP : 1 NEOCO 80 T, 1 NEOCO 125 R, 4 colliers Ø 80 P, colliers	412239	262	21
KIT SUSP PRIMO	Kit de suspension pour Primocosy	412212	26,8	22
FILT PRIMOCOSY	Jeu de 2 filtres de recharge Ø 64 montés sur cadre	412190	26,2	
NEOCO 80 S	Caisson de distribution avec Twist & Go & piquages Ø 80 et un piquage Ø 125	412231	68	21
T CONDENSAT 10M	Tuyau de raccord condensat Ø 16 mm, L = 10 m	412209	26,8	21

*Remplaçable par rouleau filtre régulable à partir de septembre 2024.

LIBELLÉ	Description	RÉF.	PRIX € HT	PMCB
RR 125	Registre de réglage pour équilibrage du réseau d'insufflation	523451	41,7	Eco-contribution PMCB 2024

Exemple de réseau type



VAC pondérante

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 abréviations 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 packshot 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.

EXTRACITION NOUVELLE

VMC Easy

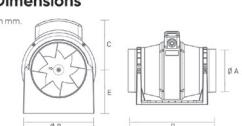
Extraction continue
- les spécifiques
Extraction en conduits

Produits

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



Dimensions



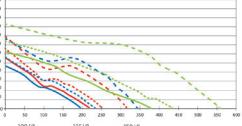
LIBELLE	A	B	C	D	E
VCM EASY 100 3V	98	178	124	298	96
VCM EASY 125 3V	122	178	124	299	96
VCM EASY 150 3V	147	200	138	307	118

Caractéristiques

Alimentation Mono 230 V - 50 Hz.
Protection : IP44, Isolation électrique : classe II,
Technopolymer auto-extinguible (Euroclasse Bs2).

LIBELLE	DIM (mm)	PUISSANCE (W)	POIDS (KG)	Poids (KG)
VCM EASY 100 3V	220 / 250 / 315	19 / 21 / 24	20 / 23	1,8
VCM EASY 125 3V	200 / 230 / 340	21 / 24 / 28	20 / 24	1,8
VCM EASY 150 3V	380 / 425 / 557	39 / 41 / 45	30 / 35	2,6

Courbes aérauliques



Tarifs

LIBELLE	REF.	PRIX HT€	co-part. €HT
VCM EASY 100 3V	123106	182	0,83
VCM EASY 125 3V	123107	243	0,83
VCM EASY 150 3V	123108	310	0,83

Accessoires complémentaires

Variateur de vitesse VEM 1.5 (311006 - p. 111)

ErP

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

14 atlantic

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^m **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'intègrera 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'A 30% D'ECONOMIES

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 synchronise avec vos envies. Disponible en 3 formats :

Horizontal Vertical Plinthe

Et 2 couleurs : Blanc carat Gris étaié

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.

NF B100-01 atlantic COZYTOUCH PROGRAMMATION PERSONNALISABLE GARANTIE 2 ANS

(*) Prix public conseillé hors posé, tout installateur est tenu de fixer ses prix. TVA 10 % pour l'achat et la pose auprès d'un installateur professionnel et pour un logement acheté depuis plus de 2 ans. (**) Fonction de la façade de radiateur équivalente à celle d'un radiateur classique. (***) Fonction de la façade de radiateur équivalente à celle d'un radiateur classique. (****) 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^m **651 €^{TTC}**

Pour un modèle horizontal 750 W blanc



La chaleur douce immédiate

De la finesse, de l'élegance, 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'A 30% D'ECONOMIES

Design

élégants 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 étaiés, ils s'intègrent parfaitement à votre intérieur. Disponible en 3 formats :

Horizontal Vertical Plinthe

Et 2 couleurs : Blanc brillant Gris étaié

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.

Confort

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

NF B100-01 atlantic COZYTOUCH PROGRAMMATION PERSONNALISABLE GARANTIE 2 ANS

(*) Prix public conseillé hors posé, tout installateur est tenu de fixer ses prix. TVA 10 % pour l'achat et la pose auprès d'un installateur professionnel et pour un logement acheté depuis plus de 2 ans. (**) Fonction de la façade de radiateur équivalente à celle d'un radiateur classique. (***) Fonction de la façade de radiateur équivalente à celle d'un radiateur classique. (****) 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

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

à partir de⁽¹⁾ **9 982 € TTC**

Pour un modèle Alfea Extensa Duo 3 kW

FABRICATION FRANÇAISE

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



+ 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

68 atlantic

Pratique

- 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.

Intégration

- Interopérabilité avec Delta Dore et Somfy.

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.

35°C 55°C

A++ / A+ / A / B / C / D / E / F

REMI / REMI COUP DE POING / GARANTIE 2 ANS / GARANTIE 5 ANS

Et retrouvez les différentes puissances et dimensions pages 42-43 et sur www.atlantic.fr

atlantic 69

LES POMPES À CHALEUR AIR/EAU

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

à partir de¹¹
2 515 €^{TTC}
Pour un modèle Takao M3, Taille 7

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



JUSQU'A
24%
D'ECONOMIES¹²

Le plus économie en énergie de notre gamme Takao : jusqu'à 24 %¹² d'économies

Fonctionnalités d'utilisation avancées

Design minimaliste et épuré

Visualisez-le dans votre intérieur.

70 atlantic

71 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 Naviclim¹³, 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'énergie¹² supplémentaires par rapport à un Takao M1.

SEER A+++
SCOP A+++
FLUIDE R32
GARANTIE 2 ANS
GARANTIE 5 ANS
10 dB¹⁴
ELIGIBLE CEE
GOOD DESIGN AWARD 2017

Et retrouvez les différentes puissances et dimensions sur www.atlantic.fr

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

LES POMPES À CHALEUR AIR/AIR RÉVERSIBLES

3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues -
pages produits BtoC Services

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

- Les pages services répondent à un seul et même code couleur, le «violet» limite 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.

The image displays two pages from an Atlantic print catalog, illustrating their service-oriented design. Both pages feature a central photograph of a smiling woman wearing a headset, representing customer service. The top page is titled "DES SERVICES SUR MESURE". The bottom page includes a sidebar with the title "DES SERVICES SUR MESURE".

Top Catalog Page:

- Section Header:** DES SERVICES SUR MESURE
- Image:** A woman wearing a headset, smiling.
- Text:** 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.
- Text:** 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 cœur de nos réseaux. Avec notamment la livraison express des pièces de rechange : votre installateur pourra vous faire bénéficier de dépannages facilités !
- Call-to-action:** Vous aider et vous conseiller (with phone number 01 46 83 04 98)
- Call-to-action:** SOS CHAUFFE-EAU (with phone number 01 46 83 04 98)
- Call-to-action:** En savoir plus ou nous contacter (with website www.atlantic.fr)
- Call-to-action:** Rubrique assistance

Bottom Catalog Page:

- Text:** Vous souhaitez visualiser directement dans votre intérieur nos séche-serviettes, radiateurs, chauffe-eau et PAC air/air ? Testez gratuitement Atlantic Vision, disponible sur chacune des pages produits du catalogue et sur atlantic.fr.
- Text:** Et pour de petites astuces, laissez-vous guider aussi par nos tutoriels et guides de choix sur notre site.
- Section:** Découvrez (with icon)
- Text:** nos guides Aides au choix, simulateurs, livres blancs... sur : www.atlantic.fr
- Section:** Rubrique conseils
- Section:** Aides aux choix
- Text:** Trouvez votre radiateur idéal, la pompe à chaleur adaptée à votre budget, ou la PAC air/air à la bonne dimension.
- Section:** Simulateurs
- Text:** 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
- Section:** Guides
- Text:** Devenez incollables avec nos guides chauffage, chauffe-eau et ventilation

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.

The image shows a double-page spread of a catalogue. The left page features a large photograph of a modern building with a glass facade and a steel frame. Overlaid on the top left is a blue header bar containing the 'atlantic systèmes' logo. The right page contains four columns of text, each with a title and a descriptive paragraph. The titles are: 'Nos atouts face aux enjeux actuels et futurs dans le collectif, le tertiaire et l'industrie', 'S'engager pour le développement des réseaux de chaleur urbains', 'Agir en faveur de la décarbonation des logements collectifs', and 'Accompagner le tertiaire à consommer moins et mieux'. The bottom right corner of the spread has a small number '5'.

atlantic systèmes

UNE OFFRE ATLANTIC SYSTÈMES AU SERVICE DE BÂTIMENTS PLUS DURABLES

Atlantic Systèmes offre une gamme de systèmes centralisés multi-énergies et multi-technologies avec des solutions globales et éco-efficiences pour répondre aux nouveaux enjeux environnementaux et réglementaires tels que la RE2020, les nouveaux seuils DPE ou encore le décret tertiaire : PAC collectives, chaudières, ECS, climatisation et traitement de l'air.

Nos atouts face aux enjeux actuels et futurs dans le collectif, le tertiaire et l'industrie

S'engager pour le développement des réseaux de chaleur urbains

Un accompagnement des acteurs de la filière avec une offre complète de génération de chaleur, d'interface thermique et hydraulique et de distribution d'énergie.

Agir en faveur de la décarbonation des logements collectifs

Solutions thermodynamiques, systèmes centralisés utilisant la boucle à eau ou le vecteur air, pompes à chaleur collectives, pompes à chaleur Air/Air, VMC collectives... Atlantic Systèmes œuvre pour préserver les ressources et relever les défis de la RE2020.

Accompagner le tertiaire à consommer moins et mieux

Gorantir un confort thermal qualité, apporter une rentabilité des installations, permettre l'obtention de labels et subventions, assurer une sécurité sanitaire maximale... autant de points forts à valoriser auprès de nos clients !

Baisser la consommation énergétique tout en augmentant la performance des industries

Vapeur, eau surchauffée, fluide thermique, nos solutions répondent à tous les objectifs et types d'industries !

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

BIENTÔT DISPONIBLE 1^{er} trimestre 2024

NOUVEAU

POMPES À CHALEUR APTAE

Jusqu'à



Etiquette énergie collective

- Fluide frigorigène naturel R290 : PRG[®] 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

(*) 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

NOUVEAU



Prescription

- Une seule unité extérieure : optimisation de l'espace, impact carbone diminué
- Solution très silencieuse à l'intérieur comme à l'extérieur
- 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 3,4 kW
- Système de chauffage composite par Hub et une clé intégrée, livrés pré-assemblés avec l'unité intérieure
- Un ballon thermodynamique Calyso Split Inverter de 2 capacités 150L et 200 L, en version murale
- 15 m de liaisons frigorifiques maximum (pré-chargées)

Compatibility 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⁽²⁾
- Compresseur : 5 ans⁽³⁾
- Ballon : 5 ans

atlantic PRO Services

UN SERVICE DE PRO AU SERVICE DES PROS
Voir p. 9-10

Service SATC
Atlantic radiateurs et eau chaude sanitaire
04 72 10 27 79

(1) Pression acoustique intérieure 20dB(A) à petite vitesse à froid, puissance acoustique extérieure 54dB(A) en chaleur sur table T. (2) 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) Bénéfice 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'interventions techniques constructeur Atlantic (STC) dans les 6 mois maximum à compter de la date de facturation du matériel par Atlantic.

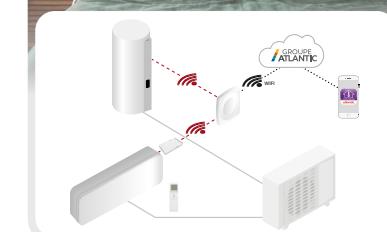
NEUF & RÉNO



La solution RE2020⁽¹⁾ toutes saisons, la plus accessible !

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





Possibilité de version chaud seul

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⁽²⁾

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)⁽³⁾

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

PC/Smartphone

95

Charte graphique transverse Atlantic - 2024 - 102

3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues - quatrième de couverture BtoB

La 4^{ème} 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



- Radiateurs & eau chaude sanitaire
- Avant-Vente : Études techniques et chiffrage. **02 85 33 70 85**
- Commande de produits finis : Délais, prix et livraisons. **09 77 42 05 20**
- Après-Vente : Assistance, pièces de recharge et garanties. **02 85 33 70 85**
- Pompes à chaleur & chaudières*
- Avant-Vente : Études techniques et chiffrage. **03 51 42 70 42**
- Commande de produits finis : Délais, prix et livraisons. **03 28 48 10 10**
- Après-Vente : Assistance, pièces de recharge et garanties. **03 51 42 70 42**
- Pompes à chaleur Air/Air & traitement de l'air
- Avant-Vente : Études techniques et chiffrage. **04 72 10 27 70**
- Commande de produits finis : Délais, prix et livraisons. **04 72 10 21 10**
- Après-Vente : Assistance, pièces de recharge et garanties. **04 72 10 27 50**

Espace SAV
Point de recharge, garanties, documentation, vidéos... 

www.atlantic-pros.fr / Rubrique « ESPACE SAV »

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

04 72 10 27 69
www.atlantic-pros.fr / Rubrique « FORMATION »

atlantic

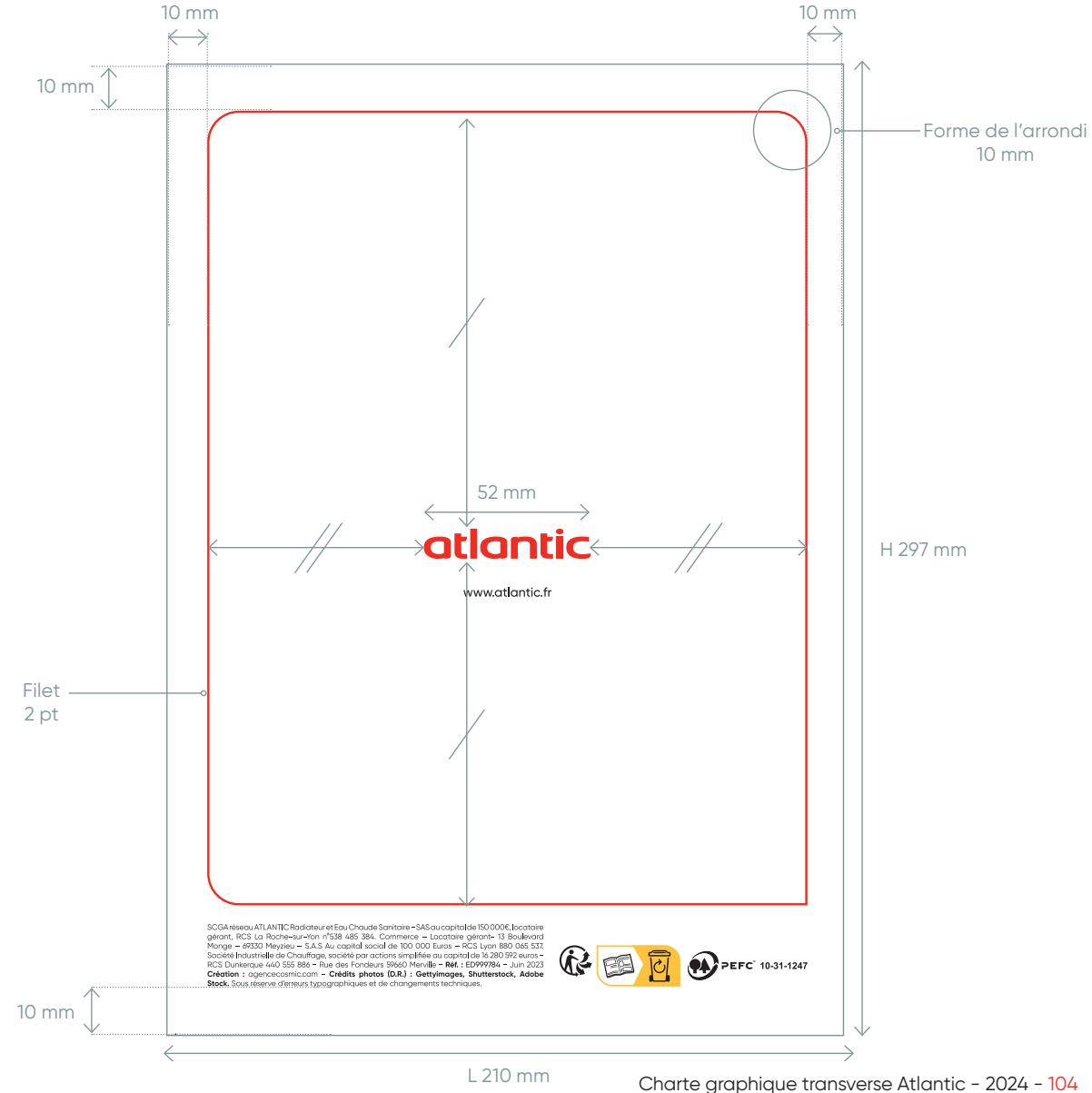
* Y compris Solaire et poêles à granulé.

3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues - quatrième de couverture BtoC

Exemple d'une 4^{ème} 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.



3.1 SUPPORTS PRINT

Les catalogues - quatrième de couverture
Atlantic Systèmes

La 4^{ème} de couverture se compose :

- 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 aplats à la couleur Systèmes.

Un accompagnement à chaque étape de votre projet. **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

Collectif & tertiaire



Pompes à chaleur Air/Air et traitement de l'air

Avant-Vente : Études techniques et chiffrage. **04 72 10 27 70**

Commande de produits finis : Délais, prix et livraisons. **04 72 10 21 15**

Après-Vente : Assistance, pièces de recharge et garanties. **04 72 10 60 28**

Pompes à chaleur, chaufferies et sous-stations

Avant-Vente : Études techniques et chiffrage. **01 41 98 30 00**

Commande de produits finis : Délais, prix et livraisons. **03 85 35 21 21**

Après-Vente : Assistance, pièces de recharge et garanties. **03 51 42 70 03**

Industrie

Chaudières vapeur, eau surchauffée & fluide thermique

Avant-Vente : Études techniques et chiffrage.

Commande de produits finis : Délais, prix et livraisons.

Après-Vente : Assistance, pièces de recharge et garanties.

contact.industrie@groupe-atlantic.com

Espace SAV : Pièces de recharge, garanties, documentations, vidéos... 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 / Rubrique « FORMATION »

atlantic systèmes

Service clientèle de Chambéry, sonde par actions profitée au capital de N-280 924 - RCS Chambéry n°505 886 - Rue des Cordiers 96020 Chambéry 73240 - Société régie à la propriété privée et de changements bénfiques

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 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.



1

2

3

4

3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems produits APC

Exemples d'application.



3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems produits RECS

Exemples de gabarits avec un produit RECS.

The image displays four identical product packaging templates for 'atlantic' brand products, arranged horizontally. Each package is white with a grey header and footer section. The top header contains the brand name 'atlantic' in red. Below it, the main title 'ICI VIENDRA VOTRE ACCROCHE SUR TROIS LIGNES MAXIMUM' is repeated three times in a staggered layout. Underneath each title is a 'NOUVEAU' button and a 'NOM DU PRODUIT' section. The middle section of each package features a placeholder text 'Une sous-accroche peut venir ici pour compléter le produit.' Below this is a large image of the product itself, which is a rectangular metal bracket. A circular 'Fabrication Française' logo is positioned to the right of the product image. The bottom section contains a red callout box with product-specific details and a large 'EXCEPTIONNEL' banner with the text '000 € Ici viendra une accroche prix'. The footer of each package includes the website 'www.atlantic-pros.fr' and a small note about the product's compatibility with specific door models.

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

FABRICATION FRANÇAISE
EN MOYENNE 30% D'ÉCONOMIES

- 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

*TDF, test d'économies de consommation de chauffage et d'eau chaude sanitaire par rapport aux radiateurs classiques. Étude réalisée sur l'ensemble des 3 000 expériences déposées de radiateurs fluides.

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

LE RADIATEUR INTELLIGENT LE PLUS COMPACT DE LA GAMME ATLANTIC

NOUVEAU

AGILIA

FABRICATION FRANÇAISE
EN MOYENNE 30% D'ÉCONOMIES

- 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

**TDF, test d'économie de consommation de chauffage et d'eau chaude sanitaire par rapport aux radiateurs classiques. Étude réalisée sur l'ensemble des 3 000 expériences déposées de radiateurs.

• 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

FLUIDE R32
FABRICATION FRANÇAISE

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems produits ACTA

Exemples de gabarits.

atlantic

3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems produits DMR

Exemples de gabarits DMR.

atlantic

Dates du XX au XX XXXX

VOTRE ACCROCHE SUR TROIS LIGNES MAXIMUM



NOM PRODUIT
Une sous accroche

Puda parchil igenda
consedit omnia
ime coneime cone

EXCEPTIONNEL
000 €
Ici viendra
une accroche
prix

5 ANS 50% ENERGY CONNECT MODELE FRANCAIS

*Méthode. Chaque produit peut être vendu en plusieurs unités. Les détails pour la mise en vente peuvent varier selon le produit et l'unité vendue. Pour les produits vendus en plusieurs unités, la garantie et les fonctionnalités peuvent varier. Veuillez consulter la documentation technique pour plus d'informations.

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

VOTRE ACCROCHE SUR TROIS LIGNES MAXIMUM



NOM PRODUIT
Une sous accroche

Puda parchil igenda
consedit omnia
ime coneime cone

5 ANS 50% ENERGY CONNECT MODELE FRANCAIS

*Méthode. Chaque produit peut être vendu en plusieurs unités. Les détails pour la mise en vente peuvent varier selon le produit et l'unité vendue. Veuillez consulter la documentation technique pour plus d'informations.

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

VOTRE ACCROCHE SUR TROIS LIGNES MAXIMUM



NOM PRODUIT
Une sous accroche

Puda parchil igenda
consedit omnia
ime coneime cone

Point fort
Rum volupis dolorum
dolorum

Point fort
Rum volupis dolorum
dolorum

Point fort
Rum volupis dolorum

5 ANS 50% ENERGY CONNECT MODELE FRANCAIS

*Méthode. Chaque produit peut être vendu en plusieurs unités. Les détails pour la mise en vente peuvent varier selon le produit et l'unité vendue. Veuillez consulter la documentation technique pour plus d'informations.

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic

VOTRE ACCROCHE SUR TROIS LIGNES MAXIMUM



NOM PRODUIT
Une sous accroche

Puda parchil igenda
consedit omnia
ime coneime cone

Point fort
Rum volupis dolorum
dolorum

Point fort
Rum volupis dolorum
dolorum

Point fort
Rum volupis dolorum

5 ANS 50% ENERGY CONNECT MODELE FRANCAIS

*Méthode. Chaque produit peut être vendu en plusieurs unités. Les détails pour la mise en vente peuvent varier selon le produit et l'unité vendue. Veuillez consulter la documentation technique pour plus d'informations.

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems Atlantic Systèmes produit

Les totems produits 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, il ne doit pas percuter le logo,
- d'un packshot produit dans le cas où un visuel d'ambiance sans produit est utilisé.



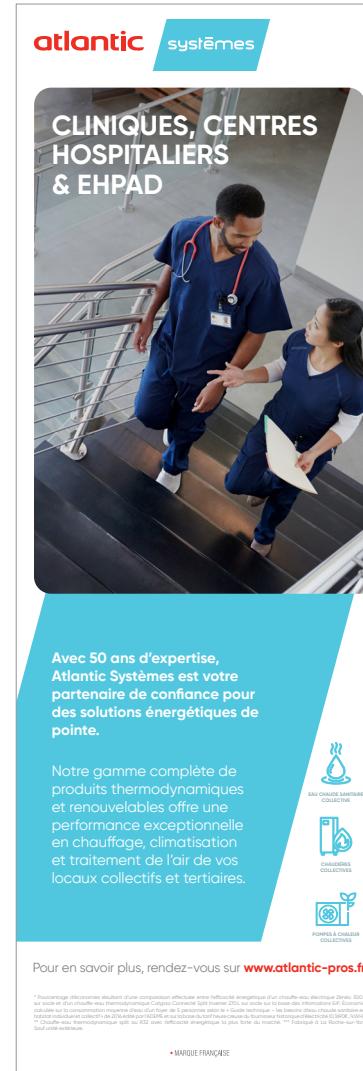
3.1 SUPPORTS PRINT

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, il ne doit pas percuter le logo,
 - des pictogrammes en filaire.

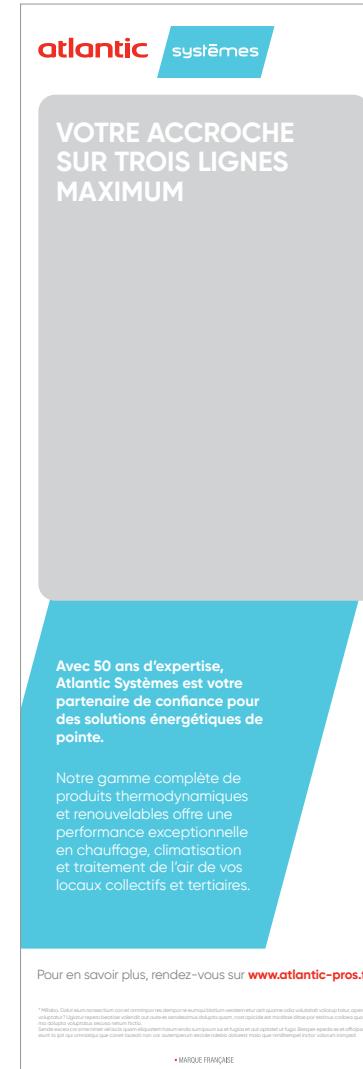


3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems Atlantic Systèmes Corporate

Les totems Corporate 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, il ne doit pas percuter le logo.



3.1 SUPPORTS PRINT

Les totems Atlantic Systèmes Gamme

Les totems Gamme 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, il ne doit pas percuter le logo,
- le packshot à cheval sur le biseau



Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.atlantic-pros.fr

* Pourcentage d'économie réalisée d'une comparaison effectuée entre l'efficacité énergétique d'un chauffe-eau électrique Zénith 3000 avec un chauffe-eau thermodynamique Hydragreen 2.0. La consommation énergétique d'un foyer de 12 personnes selon le « Guide technique – les besoins énergie souscrits en chauffage et en ECS » est de 1000 kWh par an. L'efficacité énergétique est de 100% pour le Zénith 3000 et de 102% pour l'Hydragreen 2.0. L'efficacité énergétique la plus forte du marché. *** Fabricqué à La Roche-sur-Yon. © 2013 atlantic.

• MARQUE FRANÇAISE



Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.atlantic-pros.fr

* Millibus. Delta aérien moyen d'un air comprimé des départs de voyage dans un avion moyen court quinze fois moins que tout autre moyen d'transport. L'usage respectueux des énergies solaires et éoliennes peut réduire ce rapport. ** Marque déposée et utilisée dans le monde entier. *** Fabricqué à La Roche-sur-Yon. **** Fabricqué à La Roche-sur-Yon. © 2013 atlantic.

• MARQUE FRANÇAISE



3.1 SUPPORTS PRINT

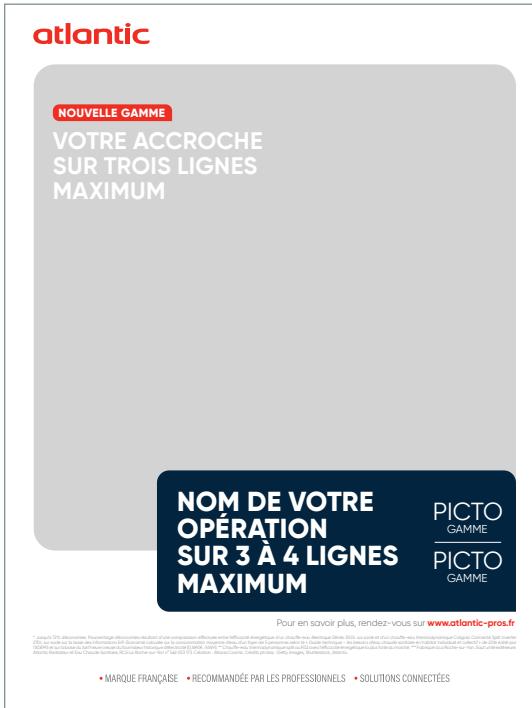
L'iconographie	p. 67
Les catalogues	p. 77
Les totems produits	p. 107
Les annonces presse	p. 119
Documentations commerciales - BtoC	p. 129
Fiches produits - BtoC	p. 130
Fiches prescription - DMR	p. 134



atlantic

3.1 SUPPORTS PRINT

Les annonces presse - BtoB lancement de produits



The main headline reads "NOUVELLE GAMME" and "VOTRE ACCROCHE SUR TROIS LIGNES MAXIMUM". It features a man and a woman standing next to several white Atlantic water heaters. A rooster is perched on one of the units, with a sign above it reading "HAUTS DE FRANCE". Below the main headline is a large dark blue box with the text "NOM DE VOTRE OPÉRATION SUR 3 À 4 LIGNES MAXIMUM". At the bottom, there is a call to action: "Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](#)". The bottom right corner contains the "PICTO GAMME" labels. Fine print at the very bottom provides legal disclaimers.

3.1 SUPPORTS PRINT

Les annonces presse -BtoB lancement de produits

Les packshots détournés doivent avoir une ombre au sol (se référer à la page 68 pour son application).



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



• Quo sigilic ienduconulla Sat, quod nostabu terum, volut lacivit aturo,
• Aridictor lat, nos accips, qua Scibunt, cri senit, quo Catum pulic, nonscer icatis, spionsu.

Pour en savoir plus flashez ce QR code ou rendez-vous sur 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



• Quo sigilic ienduconulla Sat, quod nostabu terum, volut lacivit aturo,
• Aridictor lat, nos accips, qua Scibunt, cri senit, quo Catum pulic, nonscer icatis, spionsu.

Pour en savoir plus flashez ce QR code ou rendez-vous sur 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

atlantic

3.1 SUPPORTS PRINT

Les annonces presse - Atlantic Systèmes

The advertisement features a large image of three people walking down a modern staircase. In the foreground, a VARMAX condensing gas boiler is displayed. The text 'LOREM A VERNATUR EVERUNT EUM NOBITEN DESSIMPORIAM CONSEDIS DOLLORI' is overlaid on the image. Below the boiler, a QR code is shown with the text 'Flashez ici pour voir le site dédié.' and 'Argument n°1 psuntoto delab Argument n°2 ut enimolorum ipsus Argument n°3 enter'. At the bottom, it says 'Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](#)' and '• MARQUE FRANÇAISE'.

The advertisement features a large image of a VARMAX condensing gas boiler. The text 'LOREM A VERNATUR EVERUNT EUM NOBITEN DESSIMPORIAM CONSEDIS DOLLORI' is overlaid on the image. Below the boiler, a QR code is shown with the text 'Flashez ici pour voir le site dédié.' and 'Argument n°1 psuntoto delab Argument n°2 ut enimolorum ipsus Argument n°3 enter'. At the bottom, it says 'Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](#)' and '• MARQUE FRANÇAISE'.

The advertisement features a large image of a VARMAX condensing gas boiler. The text 'LOREM A VERNATUR EVERUNT EUM NOBITEN DESSIMPORIAM CONSEDIS DOLLORI' is overlaid on the image. Below the boiler, a blue callout box contains the word 'PRODUIT' in large blue letters, followed by 'Chaudière sol gaz à condensation en inox'. It also lists 'Argument n°1 psuntoto delab', 'Argument n°2 ut enimolorum ipsus', and 'Argument n°3 enter'. At the bottom, it says 'Pour en savoir plus, rendez-vous sur [www.atlantic-pros.fr](#)' and '• 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.

The image displays two versions of a press advertisement layout for 'Atlantic Systèmes Univers Marché'. Both versions feature a large central photograph of two healthcare professionals (a man and a woman in scrubs) walking down a modern staircase. The top portion of the ad contains the 'atlantic systèmes' logo. The left version includes a headline in all-caps: 'DÉCOUVREZ NOS SOLUTIONS POUR LES CENTRES HOSPITALIERS, LES CLINIQUES & LES EHPAD'. Below the headline is a call-to-action: 'Prendre soin de leur santé, c'est aussi leur apporter confort et sécurité.' A detailed description follows: 'Atlantic Systèmes vous propose des solutions performantes et durables, pour le chauffage et l'eau chaude sanitaire de vos établissements de santé.' At the bottom, there's a small graphic with three icons: 'EAU CHAUDE SANITAIRE COLLECTIVE', 'CHAUDIÈRES COLLECTIVES', and 'POMPES À CHALEUR COLLECTIVES'. The right version has a different headline: 'LOREM A VERNATUR EVERUNT EUM NOBITEN DESSIMPORIAM CONSEDIS DOLLRI'. It also features the same call-to-action and description, along with the same bottom graphic. Both ads include the text '• MARQUE FRANÇAISE' at the very bottom.

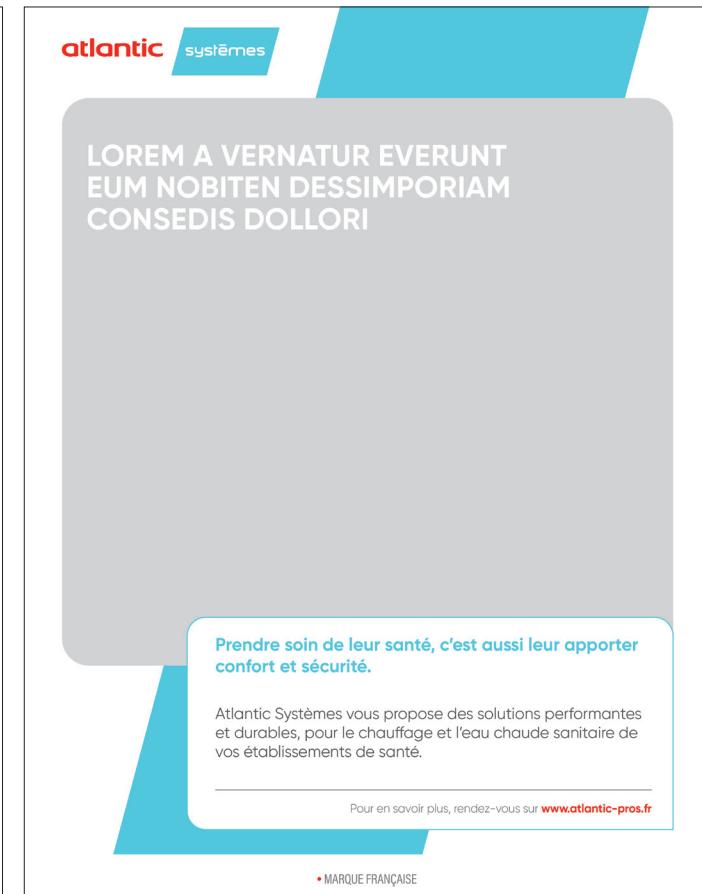
3.1 SUPPORTS PRINT

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.



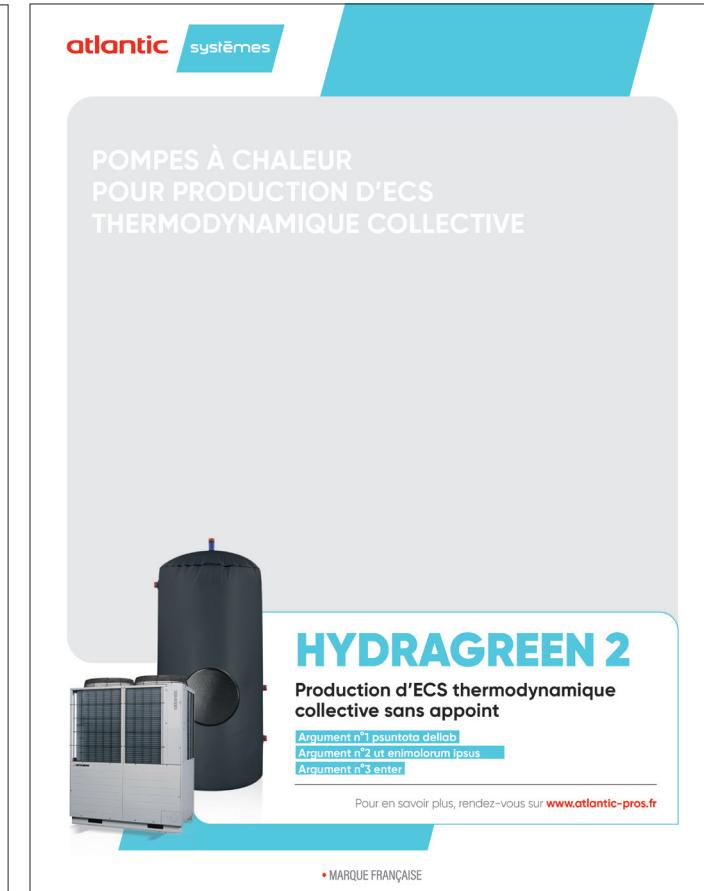
3.1 SUPPORTS PRINT

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



atlantic

3.1 SUPPORTS PRINT

Documentations commerciales - BtoC

3.1 SUPPORTS PRINT

Fiches produits - BtoC

Caractéristiques

Matière	Dimensions (mm)	L x H x Epaisseur	Poids (kg)	Code Référence	Prix TTC HT	Prix TTC HT
Horizontal	1000	710 x 585 x 15	22	SD563	1 099 €	1 198 €
	1500	910 x 585 x 15	29	SD564	1 395 €	1 494 €
	1900	1230 x 585 x 15	36	SD565	1 691 €	1 790 €
Vertical	1500	450 x 1555 x 143	38	SD566	1 426 €	1 725 €
	2 000	450 x 1555 x 143	42	SD567	2 000 €	2 099 €
Piètre	1900	1320 x 300 x 15	29	SD568	1 649 €	1 748 €

Montant Eco-Participation : 2 € TTC. CEE : Digital CEE grâce à ses performances NF : NF

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 9h à 18h
* hors week-end et jours fériés

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

Consultez nos FAQ ou rendez-vous dans notre espace de conseil 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% reconnaissable 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-performance grâce à des technologies hybrides.

Une marque française depuis plus de 50 ans.
Fondée en 1968, Atlantic compte plus de 4 000 collaborateurs et 15 sites partout en France.

Visitez-nous dans votre magasin

• MARQUE FRANÇAISE • RECOMMANDÉE PAR LES PROFESSIONNELS • SOLUTIONS CONNECTÉES

atlantic
On est bien chez vous.

VERALI
VERS UNE NOUVELLE ÈRE

LE RADIATEUR HAUT DE GAMME EN VERRE, CONNECTÉ ET INTELLIGENT

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.

Performance
Corps de chauffe en fonte pour plus de confort et d'inertie
Design subtil et audacieux alliant le verre et la lumière

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

Confort
Façade en verre à la propriété inertie
Fonctions lumineuses innovantes : mode Tampon, 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)

EN MOYENNE 30% D'ECONOMIES

1. Sur la facture de chauffage. Donnée issue de fonctions de 2320 logements équipés de radiateurs connectés Atlantic, utilisant les modes de détection d'absence et détection de fenêtres ouvertes. 2. Conformément aux bâts en vigueur, le dernier vendeur du produit est tenu d'opérer une garantie 2 ans pièces et main d'œuvre.

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

Charte graphique transverse Atlantic - 2024 - 128

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⁽¹⁾, SCOP jusqu'à 4,85⁽²⁾
- Solution bas carbone, valorisée dans la RE2020 seuil 2025 et DPE
- Technologie INVERTER (jusqu'à 50kW) 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

Dépôt fin T2



APTAE 15-18
Châssis S



APTAE 23-27
Châssis M



APTAE 40-50
Châssis L



APTAE 75
Châssis XL

APTAE
7 modèles de 15 à 75 kW

Cascade possible jusqu'à 450 kW

Compatible avec notre offre de modules hydrauliques préfabriqués

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 ₂	R290	R32	R410A
PRG (kg CO ₂ eq)	1	3	675	2 088

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

Une conception spécifique pour la sécurité propane



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 circuit frigorifique	•	•	•	•
2 Composants anti émissives 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 Apta 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 TROPÉZIENNE **A**
Prévoir une ouverture latérale pour éviter toute stagnation.

INSTALLATION EN ALCOVE **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'ACCÈS DE L'ERP	CATÉGORIE	GROUPE
Plus de 1 500 personnes	1 ^{re}	
de 701 à 1 500 personnes	2 ^{re}	
de 301 à 700 personnes	3 ^{re}	1 ^{re}
Moins de 300 personnes (sauf 5 ^e catégorie)	4 ^{re}	
Au-dessous de seuil minimum fixé par le règlement de sécurité	5 ^{re}	2 ^{re}

Charte graphique transverse Atlantic - 2024 - 130

3.1 SUPPORTS PRINT

Quatrième de couverture fiches produits – Atlantic Systèmes

Atlantic conçoit et produit en France.

5 sites industriels performants dédiés à la chaufferie et à l'eau chaude sanitaire collective.

The map shows the outline of France with five specific locations marked by numbers 1 through 5:

- Cauvois (59)**: Chaudières gaz, pressurisées, ballons de stockage primaire, sanitaire et modulaire, accumulateurs d'ECS
- Aulnay-sous-Bois (93)**: Échangeurs à plaques et équipements de chaufferie
- Pont-de-Vaux (01)**: Chaudières gaz, récupérateur à condensation
- Boz (01)**: Chaudières gaz, pompes à chaleur, récupérateur à condensation
- Trappes (78)**: Modules hydrauliques préfabriqués

Vos contacts dédiés

ÉTUDE AVANT-VENTE TECHNIQUE ET CHIFFRAGE	01 41 98 30 00 devis.systemes@groupe-atlantic.com
DÉLAIS/PRIX, COMMANDE ET LIVRAISON DE PRODUITS FINIS	03 85 35 21 21
ASSISTANCE TECHNIQUE, APRÈS-VENTE ET GARANTIES	03 51 42 70 03
FORMATIONS	04 72 10 27 69 www.atlantic-pros.fr Rubrique «FORMATION»
ESPACE SAV (Pièces de rechange, garanties, documentations, vidéos)	www.atlantic-pros.fr Rubrique «ESPACE SAV»

www.atlantic-pros.fr

atlantic systèmes

Source : Indicateur des Chiffres clés du secteur manufacturier et du commerce de gros et de détail en France et à l'international, 2019. Source : INSEE. © Groupe Atlantic 2024.

3.1 SUPPORTS PRINT

Fiche prescription - DMR



Muraux Takao M3 Confort Plus

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

Prescription

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

SCOP jusqu'à 5,12

Descriptif
Pompe à chaleur Air/Air monosplit murale :
• Full DC Inverter au fluide R32
• Coefficient d'isothermie A+ à A+++
• Compatible avec le Coche-Clim Atlantic
Unités intérieures
• Type mural de couleur blanche
• Niveau sonore mini : 19 dB(A)
• Groupe extérieur compatible avec un habillage design moderne, Coche-Clim d'Atlantic

Fonctions
• Rééquilibrage automatique après coupure de courant
• Mode automatique : réglage automatique de la température et de l'humidité d'ambiance
• Auto diagnostic
• Mode Hors gel (échouffage 10 °C)
• Montée rapide en température (mode pleine puissance)
• Possibilité de réduction du niveau sonore de l'unité extérieure
• Détection de présence
• Prise de température ambiante
• Télécommande infrarouge de série
• Télécommande filaire tactile en option

Connectivité
Pilotage à distance via l'application Cozytouch grâce au Pack Naviclim⁽³⁾ (en option)

Garanties
• 2 ans pièces
• 5 ans compresseur⁽⁴⁾

UN SERVICE DE PRO
AU SERVICE DES PROS

Eurovent CERTIFIED PERFORMANCE
Note pour les professionnels : Pour obtenir le programme de certification EUROVENT des climatiseurs (Programme AC), Visitez le site : www.eurovent-certification.com

B.A.R.T
Retrouvez toutes les données techniques sur le site dédié disponible ici : www.eurovent-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
873 859	2 500 (H) / 3 400 (L)	2 800 (H) / 5 400 (L)	4 000 (H) / 6 100 (L)
873 860	2 500 (H) / 3 400 (L)	2 800 (H) / 5 400 (L)	4 000 (H) / 6 100 (L)
872 061	2 700 (H) / 3 700 (L)	2 700 (H) / 7 500 (L)	2 700 (H) / 1 600 (L)
872 062	2 700 (H) / 3 700 (L)	2 700 (H) / 7 500 (L)	2 700 (H) / 1 600 (L)

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES & RÉFÉRENCES

Puissance nécessaire pour votre projet (W)	2 000	2 500	3 400	4 200
Références	ASYG 9 KGT-E.UI ASYG 9 KGT-E.UI ASYG 12 KGT-E.UI ASYG 14 KGT-E.UI	873 859 873 859 873 859 873 859	873 859 873 859 873 859 873 859	873 860 873 860 873 860 873 860

Alimentation : mono 230 V - 50 Hz

DIMENSIONNEMENT	CHARACTERISTIQUES PRODUIT/CARTE	PERFORMANCES	CLASSIFICATION ENR	PLAGE DE FONCTIONNEMENT	INSTALLATION
Puissance nominale (min / max)	W 2 000 (900 / 3 200)	19 / 38	EER 5,00	• °C -10 à 46	DIMENSIONS (H x L x P)
Puissance calorifique nominale (min / max)	W 2 500 (900 / 5 200)	19 / 40	COP 5,00	• °C -15 à 24	Unité intérieure mm 270 x 834 x 215
Puissance calorifique à +70°C	W 3 400 (900 / 6 400)	19 / 40	SEER 5,1	• °C -10 à 46	Unité extérieure mm 542 x 799 x 290
Puissance absorbée nominale en froid	W 4 200 (900 / 8 400)	19 / 40	SCOP 5,3	• °C -15 à 24	POIDS Unité intérieure / unité extérieure kg 10 / 30
Puissance absorbée nominale en chaud	W 500	55			Unité intérieure / unité extérieure 10 / 30
Débit d'air (unité intérieure) PV / GV	m ³ /h 270 / 720	19 / 40			10 / 31
Débit d'air (unité extérieure) GV	m ³ /h 1 600	19 / 40			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	m 40 x 1,5 mm ²	40 x 1,5 mm ²	40 x 1,5 mm ²	40 x 1,5 mm ²
Câble d'interconnexion UI / UE	m 30 x 1,5 mm ²	30 x 1,5 mm ²	30 x 1,5 mm ²	30 x 1,5 mm ²
Unité à alimenter électriquement	Unité extérieure	Unité extérieure	Unité extérieure	Unité extérieure

LIASONS FRIGORIFIQUES

Diamètre	pouce 3/8	3/8	3/8	3/8
Diamètre liquide	pouce 1/6	1/6	1/6	1/6
Longueur standard	m 15	15	15	15
Longueur min. / max.	m 3 / 20	3 / 20	3 / 20	3 / 20
Débit min.	m 15	15	15	15
Type de réfrigérant (Potentiel de Réchauffement Bisell)	R32 (67g)	R32 (67g)	R32 (67g)	R32 (67g)
Charge nominale (longueur standard) / TegCD ₀	g/m 750	750	850	850
Charge additionnelle	g/m 20	20	20	20

ENTRETIEN/ÉVACUATION DES CONDENSATS

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

OPTIONS DISPONIBLES

Télécommande filaire tactile	UT-ENRYZ25 876 554	UT-ENRYZ25 876 554	UT-ENRYZ25 876 554
Platine interface ⁽⁵⁾	UT-ENRYZ22-2 875 107	UT-ENRYZ22-2 875 107	UT-ENRYZ22-2 875 107
Connectivité Cozytouch ⁽⁶⁾	Pack Cozytouch 875 310	Pack Cozytouch 875 310	Pack Cozytouch 875 310

www.atlantic-france.fr

Charte graphique transverse Atlantic - 2024 - 132

Atmos'Air® est une marque déposée de la société Atlantic France SAS. © 2023 Atlantic France SAS. Tous droits réservés. Toute utilisation non autorisée de ce document est formellement interdite.

Le présent document est destiné aux professionnels de l'industrie et de la construction. Il ne concerne pas les particuliers.

Il est recommandé de consulter les notices techniques et les instructions d'emploi avant toute utilisation.

Les informations contenues dans ce document sont destinées à être utilisées dans le cadre d'un travail technique et doivent être conservées dans ce contexte.

Les informations contenues dans ce document sont destinées à être utilisées dans le cadre d'un travail technique et doivent être conservées dans ce contexte.

Les informations contenues dans ce document sont destinées à être utilisées dans le cadre d'un travail technique et doivent être conservées dans ce contexte.

A photograph showing a professional handshake between two business people. A man with dark hair and a beard, wearing a dark suit jacket over a light blue striped shirt, is smiling and shaking hands with a woman. The woman has long brown hair and is wearing a teal sweater over a white collared shirt. She is also smiling. They are seated at a wooden table. In the background, there are large windows looking out onto a green, leafy environment.

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

atlantic

Jean DUPONT
Responsable Prescription Commerciale

jdupont@groupe-atlantic.com
M. 33 6 88 23 13 81
T. 33 2 54 40 89 00
F. 33 2 54 40 89 99
Chargé d'études. 33 140 96 39 16
Commandes. 33 185 51 59 61

58 avenue du Général Leclerc
92340 Bourg-la-Reine

Pompes à chaleur et chaudières

Carte de visite pôle Radiateurs et Eau Chaude Sanitaire

atlantic

Jean DUPONT
Responsable Prescription Commerciale

jdupont@groupe-atlantic.com
M. 33 6 88 23 13 81
T. 33 2 54 40 89 00
F. 33 2 54 40 89 99
Chargé d'études. 33 140 96 39 16
Commandes. 33 185 51 59 61

58 avenue du Général Leclerc
92340 Bourg-la-Reine

Radiateurs & eau chaude sanitaire

Carte de visite pôle Climatisation et traitement de l'air

atlantic

Jean DUPONT
Responsable Prescription Commerciale

jdupont@groupe-atlantic.com
M. 33 6 88 23 13 81
T. 33 2 54 40 89 00
F. 33 2 54 40 89 99
Chargé d'études. 33 140 96 39 16
Commandes. 33 185 51 59 61

58 avenue du Général Leclerc
92340 Bourg-la-Reine

Climatisation et traitement de l'air

Carte de visite Atlantic Systèmes

atlantic systèmes

cdupont@groupe-atlantic.com
M. + 33 6 78 02 23 32
Immeuble OSMOSE
2 Allée Suzanne Pénitault-Crapez
94110 ARCEUIL France

Corinne DUPONT
Responsable communication
événementielle & salons

PAC, Chaufferies &
Sous-Station

3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

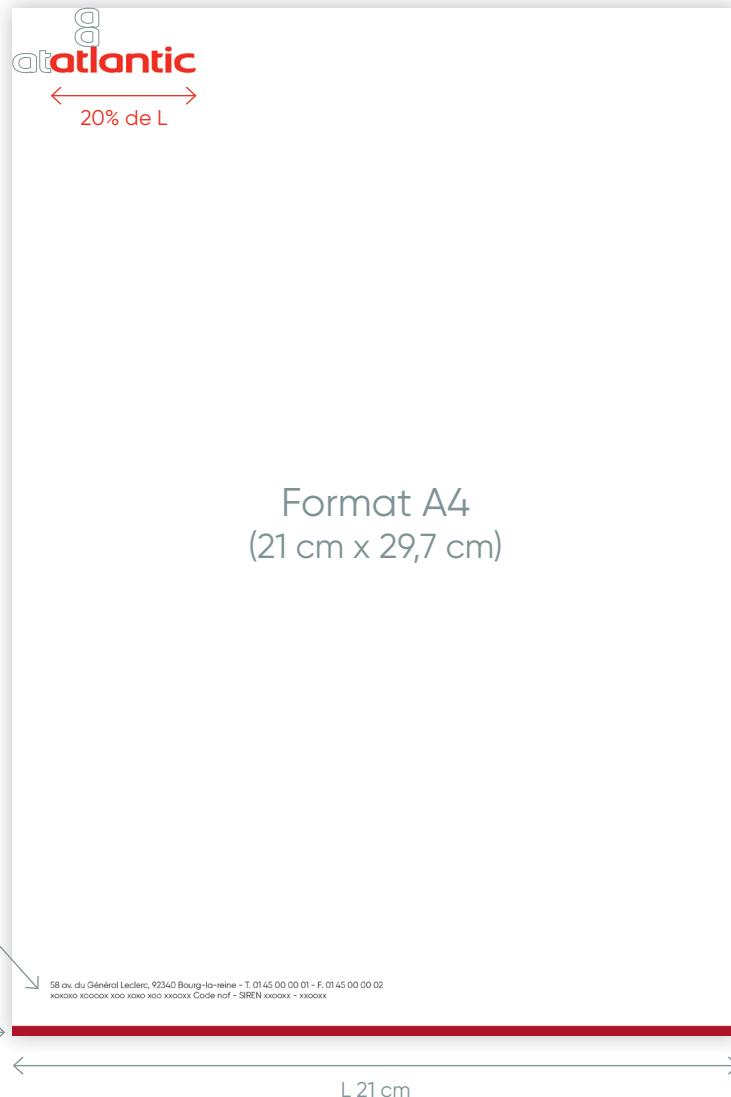
Bureautique print - tête de lettre transverse

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

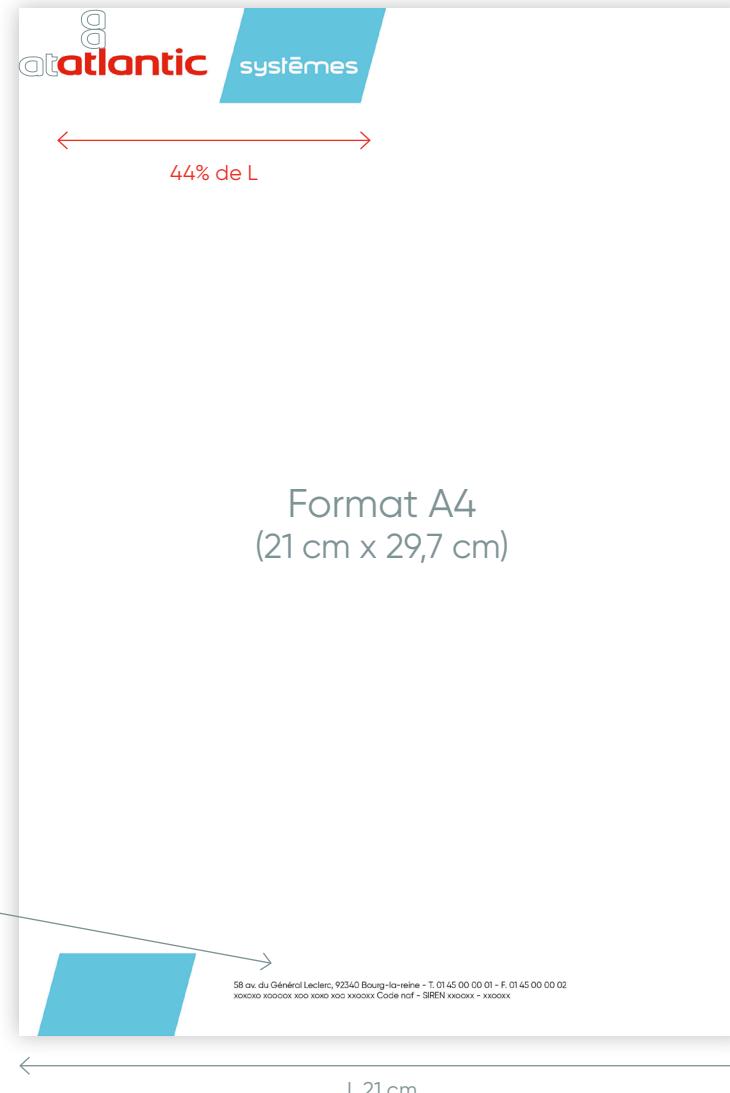
Bureautique print - tête de lettre
Atlantic Systèmes

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



H 100 mm
↑
↓

Carte de correspondance Atlantic Systèmes



H 100 mm
↑
↓

3.2

SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique print p. 135

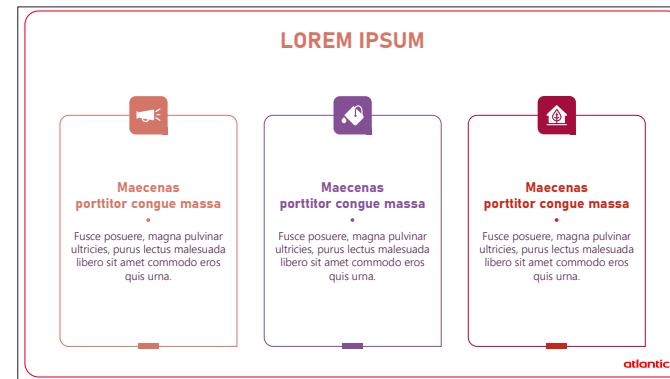
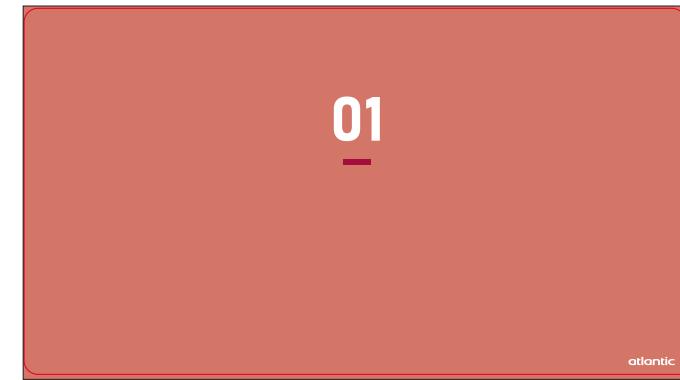
Bureautique digitale p. 141



3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale

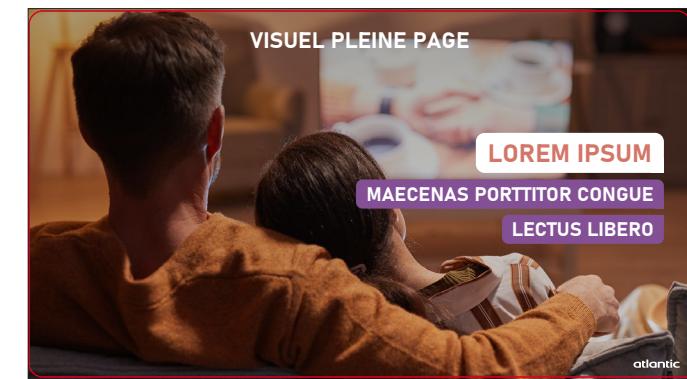
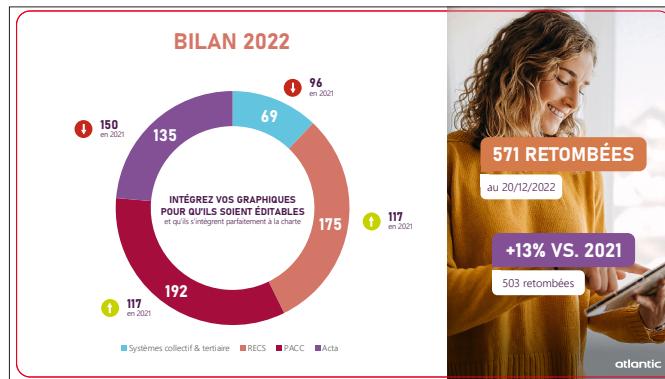
Masque PowerPoint BtoB Home



3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale

Masque PowerPoint BtoB Home



3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale

Masque PowerPoint Atlantic Systèmes

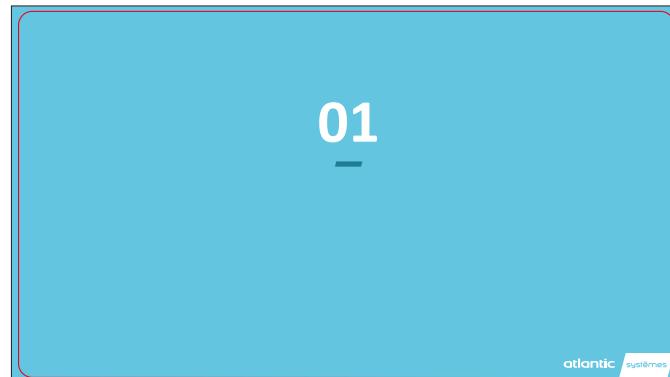


SOMMAIRE

- 01 Éléments graphiques
- 02 Utilisation de l'encart
- 03 Exemples de mise en page
- 04 Sélection photos

A slide titled "SOMMAIRE" showing a list of four items. To the right of the list is a photograph of a modern building with a dark, angular facade. The slide has a red border.

L'ENCART • 3 COLONNES

A slide titled "L'ENCART • 3 COLONNES" featuring three columns of content. Each column contains a small blue icon at the top, followed by text: "Maecenas porttitor congue massa", "Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.", and "Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.". The slide has a red border.

L'ENCART • 2 COLONNES

A slide titled "L'ENCART • 2 COLONNES" with two columns. Each column contains a blue header box labeled "LOREM IPSUM" and a paragraph of placeholder text: "Fusce posuere, magna pulvinar ultricies Maecenas porttitor congue massa", "Fusce posuere, magna pulvinar ultricies Maecenas porttitor congue massa", "Fusce posuere, magna pulvinar ultricies Fusce posuere, magna pulvinar ultricies", and "Maecenas porttitor congue massa purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.". The slide has a red border.

L'ENCART • AVEC UNE PHOTO

A slide titled "L'ENCART • AVEC UNE PHOTO" showing a photograph of a person's hands working on a laptop keyboard. Overlaid on the photo are three columns of content, each with a blue icon and text: "Maecenas porttitor congue massa", "Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.", and "Fusce posuere, magna pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero sit amet commodo eros quis urna.". The slide has a red border.

3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale

Masque PowerPoint Atlantic Systèmes

L'ENCART • 4 COLONNES

Maecenas porttitor congue massa
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.

Maecenas porttitor congue massa
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.

Maecenas porttitor congue massa
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.

Maecenas porttitor congue massa
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.

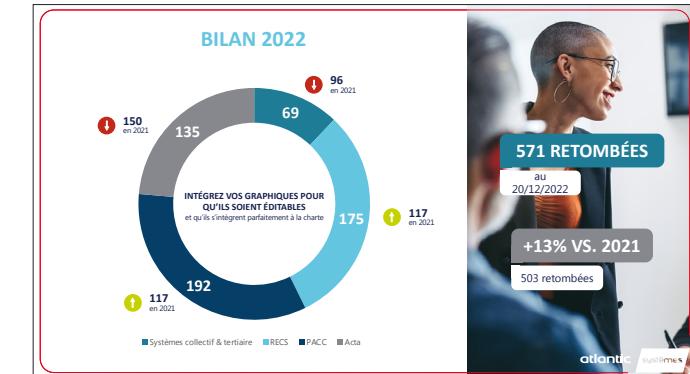
atlantic systèmes

LOREM IPSUM DOLOR
FUSCE POSUERE PULVINAR ULTRICIES

XX%

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

atlantic systèmes



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 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 - TOUS 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%

45%

75%

Maecenas porttitor congue massa
Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero

Maecenas porttitor congue massa
Fusce posuere, magna sed pulvinar ultricies, purus lectus malesuada libero

atlantic systèmes

3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale

Masque PowerPoint DMR et transverse



L'ENCART • 2 COLONNES

LOREM IPSUM

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

LOREM IPSUM

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

atlantic

L'ENCART • 3 COLONNES

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

L'ENCART • AVEC UNE PHOTO

LOREM IPSUM

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

LOREM IPSUM

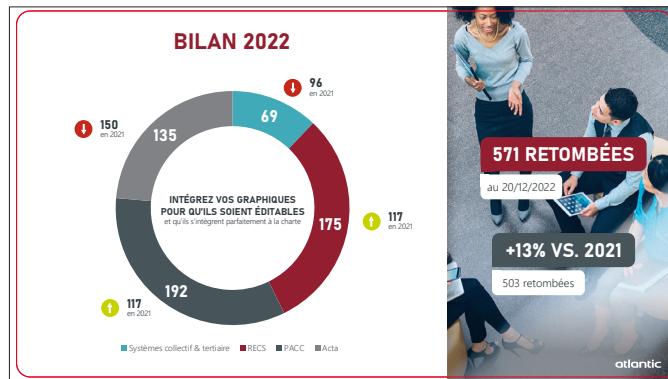
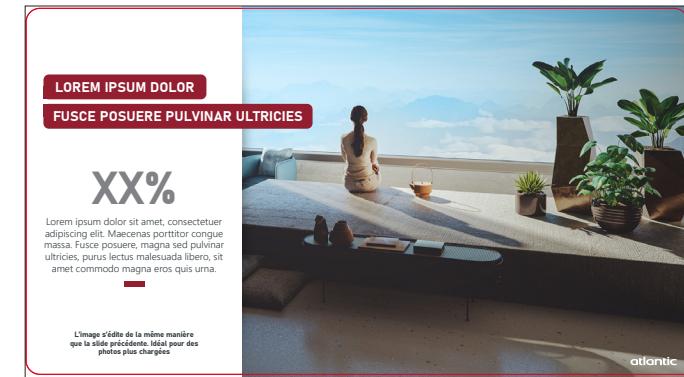
Fusce posuere, magna pulvinar ultricies
Maecenas porttitor congue massa
Fusce posuere, magna pulvinar ultricies
Maecenas porttitor congue massa
purus lectus malesuada libero sit amet
commodo eros quis urna.

atlantic

3.2 SUPPORTS DE COMMUNICATION INTERNE

Bureautique digitale

Masque PowerPoint DMR et transverse



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 pédagogique 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.
- Etre événementiel en s'appuyant sur un angle marqué (fantastique, mystérieux, design, éco-responsable, ultra-confort, révolution...)
- Le produit doit présenter 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 event doit véhiculer une image positive, dynamique, empathique de la marque. Les intervenants doivent paraître **proximes, chaleureux, souriants, 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 lowerthirds 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.



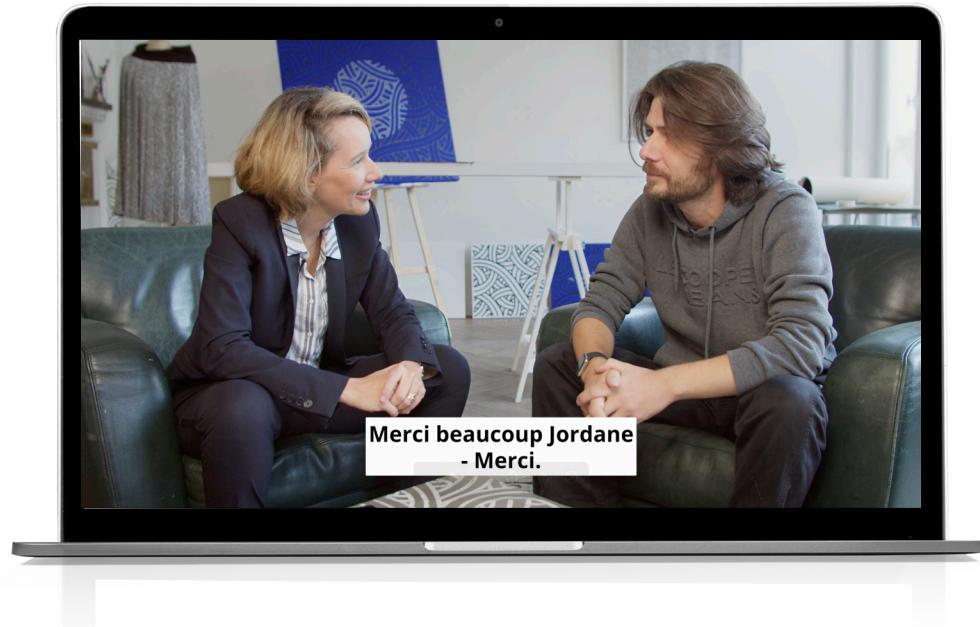
3.3 VIDÉO

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 **proximes, 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 .mxf



3.3 VIDÉO

Vidéo BtoC - Intro

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.

Fichier vidéo :

Intro_courte_BtoC.mov ou .mxf

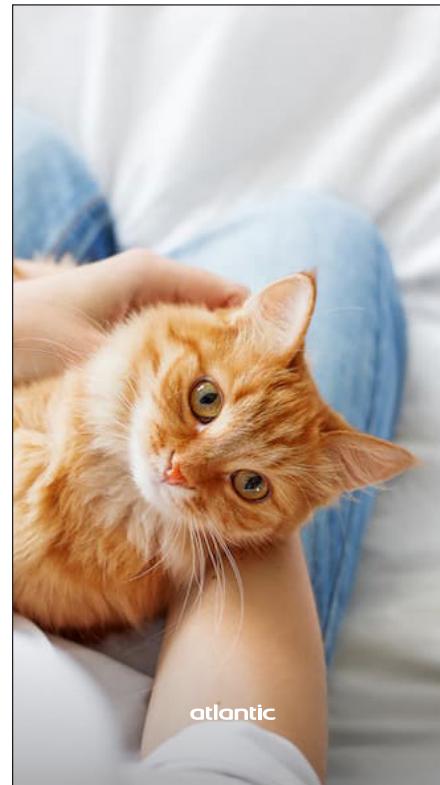
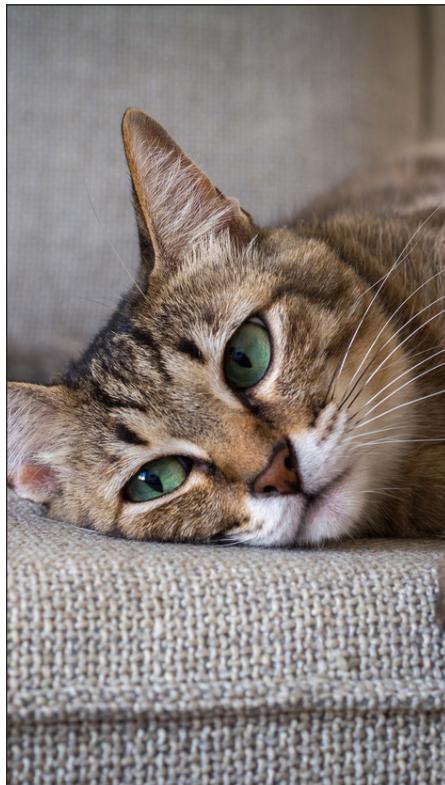


3.3 VIDÉO

Vidéo BtoC - Intro

INTRO POUR SNACK CONTENT ET VIDÉO SOCIAL MEDIA

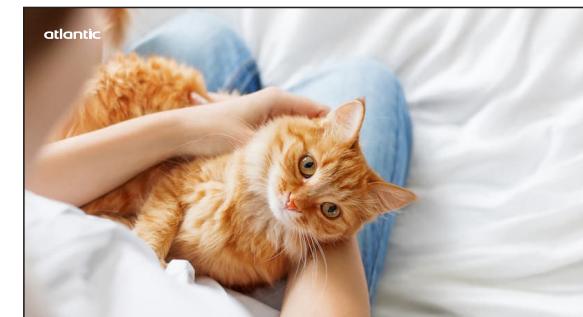
Sur les réseaux sociaux, les 1ères secondes étant cruciales pour séduire l'audience et capter son attention, on priviliege d'abord le contenu avant de faire apparaître le branding Atlantic pour éviter le zapping.



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

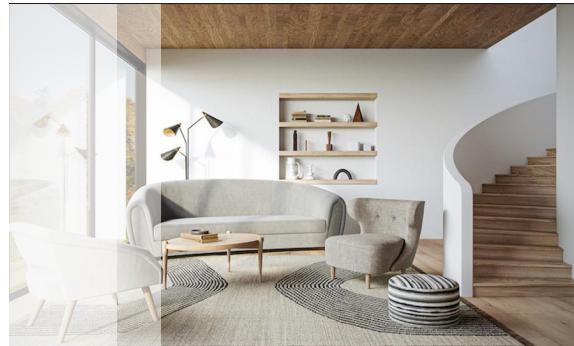
OUTRO POUR TOUS FORMATS TOUS CANAUX

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

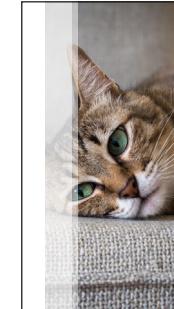
Fichier vidéo :

Outro_16-9_BtoC.mov ou mxf
Outro_9-16_BtoC.mov ou mxf

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).



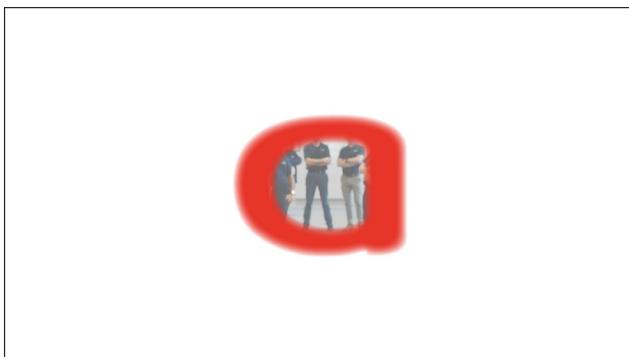
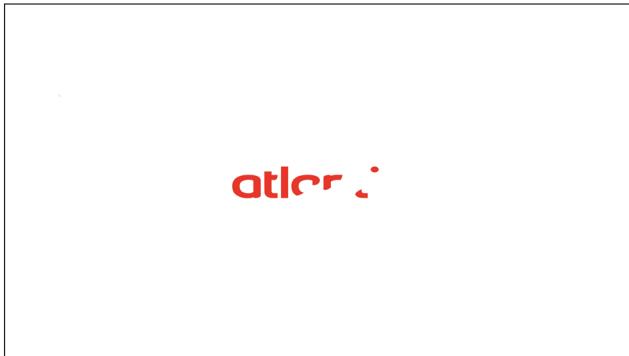
3.3 VIDÉO

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

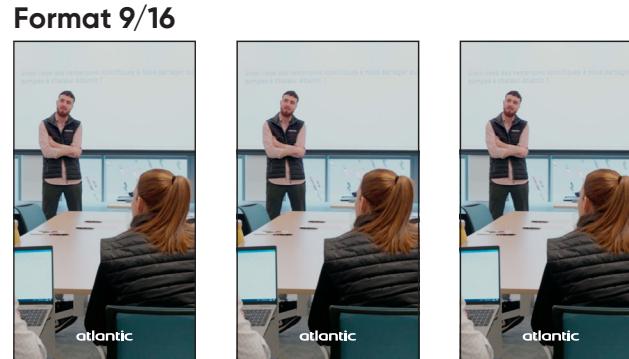


3.3 VIDÉO

Vidéo BtoB - Intro

INTRO POUR DIFFUSION DIGITALE POUR FORMAT COURT MOINS DE 30SECS

Format 16/9



Format 9/16

Fichier vidéo :

Intro_30s_BtoB.mov ou mxf
Intro_9-16_BtoB.mov ou mxf

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

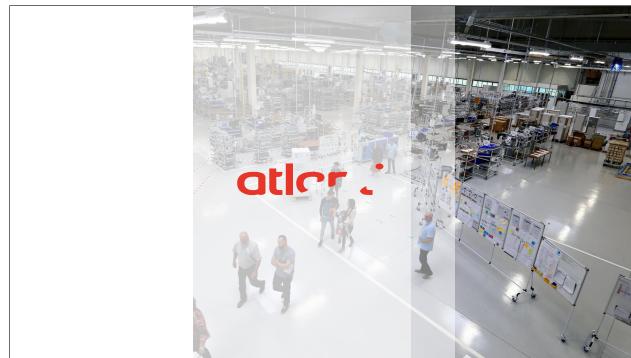
Fichier vidéo :

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.



3.3 VIDÉO

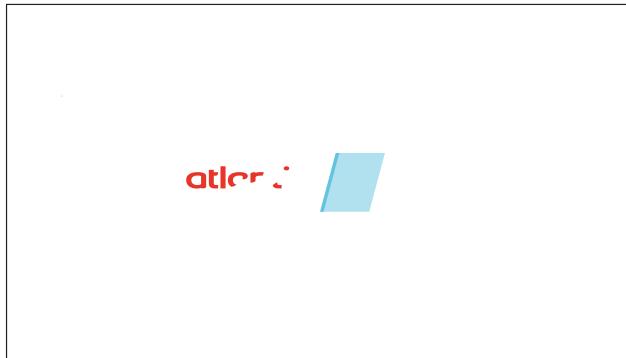
Vidéo Atlantic Systèmes
Intro

Fichier vidéo :

Intro_30s_Systèmes.mov ou .mxf

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 .mxf
Intro_9-16_Systèmes.mov ou .mxf



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



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 bold
20pt
bas de casse
blanc
centré

Bloc noir
opacité 75%



Gilroy

Gilroy bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890



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 capturer 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 !