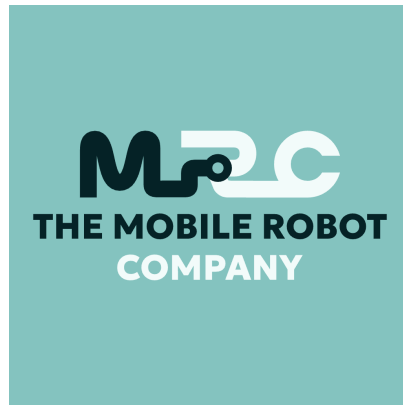




The Mobile Robot Company

Knowledge Center — Logos et règles d'utilisation de la marque · 2026-08-04

<https://info.mobilerobot.com/fr-fr/partners/marketing-resources/logos-and-brand-guidelines>

Logos et règles d'utilisation de la marque

Cette page fournit les fichiers du logo de l'entreprise ainsi que les règles de base concernant les dénominations et les messages à utiliser lorsque vous présentez The Mobile Robot Company ou le J1600 dans vos propres supports.

Fichiers du logo



Fichier	Format	Utilisation
mrc-logo.svg (https://info.mobilerobot.com/fr-fr/assets/files/mrc-logo-c6ad1064a846b0895783cd319a38bb7b.svg/)	SVG (vectoriel)	Format recommandé pour l'impression, la signalétique et tout support nécessitant un redimensionnement
mrc-logo.png (https://info.mobilerobot.com/fr-fr/assets/files/mrc-logo-19625c4cbba7ca67fbcabef2927789db.png/)	PNG (matriciel)	Affichage à l'écran lorsque le format SVG n'est pas pris en charge

Dénominations

- **Raison sociale** : The Mobile Robot Company ApS.
- **Nom usuel** : The Mobile Robot Company. L'abréviation **MRC** est également utilisée.
- **Nom du produit** : J1600 — les chiffres sont toujours accolés, comme dans « le transpalette à conduite autonome J1600 ».
- **Catégorie de produit** : transpalette à conduite autonome. Le J1600 est un véhicule [Dual Mode](https://info.mobilerobot.com/fr-fr/products/j1600/dual-mode/) (<https://info.mobilerobot.com/fr-fr/products/j1600/dual-mode/>), à la fois manuel et autonome ; évitez donc de le présenter comme un robot entièrement autonome.
- **Origine** : le J1600 est fabriqué au Danemark et le [siège social de l'entreprise se trouve à Hvidovre, au Danemark](https://info.mobilerobot.com/fr-fr/company/locations/headquarters/) (<https://info.mobilerobot.com/fr-fr/company/locations/headquarters/>).

Messages

Le positionnement de l'entreprise situe le J1600 entre un transpalette électrique conventionnel et un système entièrement automatisé : la souplesse de la conduite manuelle est préservée, tandis que les trajets répétitifs sont automatisés. La philosophie sous-jacente est celle de l'[automatisation avec l'humain dans la boucle](https://info.mobilerobot.com/fr-fr/documentation/concepts/human-in-the-loop-automation/) (<https://info.mobilerobot.com/fr-fr/documentation/concepts/human-in-the-loop-automation/>) : les robots secondent les personnes au lieu de les remplacer.

Formules récurrentes utilisées dans la communication de l'entreprise :

- « L'avenir se conduit tout seul » — slogan du site web.

- « L'humain reste dans la boucle »
- « L'automatisation doit s'adapter aux personnes »
- « Déposez, partez, recommencez »
- « Apprenez-lui le trajet, il le répète »
- « Aussi simple qu'un produit grand public »
- Une automatisation « prête à l'emploi »

Principales affirmations relatives au produit, à formuler avec précision :

- peut transporter une charge de 1600 kg et la lever à 1,6 m en mode manuel ; en mode autonome, le transport s'effectue au niveau du sol ;
- fait gagner jusqu'à 80 % du temps de l'opérateur consacré aux transports répétitifs (<https://info.mobilerobot.com/fr-fr/applications/results/productivity-improvements/>) — cette affirmation concerne les tâches de transport répétitives, et non l'ensemble des processus de l'entrepôt ;
- nécessite environ 30 minutes de formation pour un opérateur sachant déjà utiliser un transpalette ;
- est prêt à l'emploi ; le Wi-Fi et l'intégration aux systèmes sont facultatifs ;
- porte le marquage CE et est conforme aux normes de sécurité de l'UE et des États-Unis (<https://info.mobilerobot.com/fr-fr/safety-compliance/certificates/compliance-statements/>) ;
- lauréat du prix IFOY Industrial Truck of the Year 2026 (<https://info.mobilerobot.com/fr-fr/newsroom/awards/ifoy-award-2026/>).

Pour connaître les chiffres exacts, référez-vous toujours aux spécifications techniques (<https://info.mobilerobot.com/fr-fr/products/j1600/technical-specifications/>).

Utilisation de la marque dans des actions marketing comarquées

L'entreprise fournit à ses partenaires des supports marketing et des documents destinés aux clients pour les centres d'expérience, les démonstrations et les événements. Les actions promotionnelles, campagnes et événements comarqués sont pris en charge dans le cadre du programme de co-marketing (<https://info.mobilerobot.com/fr-fr/partners/marketing-resources/co-marketing-program/>) et devraient être cohérents avec le plan commercial convenu avec l'entreprise.